



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

TESIS

**INSTRUMENTO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO
SOCIOAMBIENTAL SOSTENIBLE DE LAS INDUSTRIAS DE
PEQUEÑO TAMAÑO**

Autora: Zélia Maria Mirek

Diretora de Tesis: Nilda C. Tañski

Posadas (AR), SEPTIEMBRE, 2017.

ZÉLIA MARIA MIREK

**INSTRUMENTO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO
SOCIOAMBIENTAL SOSTENIBLE DE LAS INDUSTRIAS
DE PEQUEÑO TAMAÑO**

Tesis Doctoral Presentada a la Universidad Nacional de Misiones – UNAM como
requisito para la obtención del Título de Doctora en Administración

Posadas (AR), SEPTIEMBRE, 2017.

**INSTRUMENTO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO
SOCIOAMBIENTAL SOSTENIBLE DE LAS INDUSTRIAS DE PEQUEÑO
TAMAÑO**

ZÉLIA MARIA MIREK

Tesis Doctoral Defendida y Aprobada por el Tribunal Examinador constituido
por los doctores que abajo firman

Fecha de Aprobación _____ / _____ / _____

Composición del Tribunal Examinador:

Titulares:

Prof. Dr. Daniel KNEBEL

BAGGIO.....Institución.....

Prof. Dr. Vilmar Antonio BOFF.....

Institución.....

Prof. Dra. Gloria Beatriz

ORZUZA.....Institución.....

Suplente:

Prof. Dr. Juan Ignacio FLEITA.....

Institución.....

Posadas (AR) septiembre, 2017.

DECLARACIÓN DE ORIGINALIDAD

En este acto dejo constancia que el contenido escrito en esta Tesis fue producto de mi trabajo,
siendo original e inédito dentro de mi leal saber y entender.

Cuando aparecen conceptos de otros están identificados explícitamente a quién pertenece a
través de citas.

Asimismo se aclara que este material no fue presentado en ésta u otra institución.

Zélia Maria Mirek

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a dos personas que me hacen estar segura de que todo es posible cuando tenemos una familia para apoyar y ayudarnos a recordar nuestras metas, cuando el coraje, fuerza y determinación insisten en querer dejarnos Mauri Miguel Mirek, mi esposo y Caroline Mirek, mi hija e Vinicius Farias Miorelli su novio.

AGRADECIMIENTOS

En este momento tan especial, agradecer es importante, sé que tal trayectoria no se la hace aislada o sola. En primer lugar doy gracias a Dios, Maestro mayor que me entrenó durante todo la jornada.

Mis padres y demás miembros de mi familia, por el apoyo emocional y afectivo.

A profesora Dr^a. Nilda C.Tañski, que representa a todos los profesores, maestros del saber que de forma altruista comparten su saber y se disponen junto a sus alumnos a generar nuevos conocimientos.

Al personal de la Secretaría de Doctorado en Administración de la UNAM especialmente a Graciela, que siempre nos atendió con tanta cordialidad y rapidez posible.

A los compañeros de Posgrado, en particular a Eusélia, Thomé, Cleberson y Roselei.

A los amigos y colegas que me acompañaron en esta jornada, mi más sincero agradecimiento.

Y a todos los que, de alguna manera han contribuido a la consecución de este estudio.

¡MUCHAS GRACIAS!

“Dios el Señor tomó al hombre y lo puso en el jardín del Edén para que lo cultivara y lo cuidara”.

(Libro de Génesis 2:15)

“Todos trazemos em nós uma revolução. Fomos criados para construir pirâmides e versos, descobrir continentes e mundos, e caminhar, sempre, com um saco de interrogações na mão e uma caixa de possibilidades na outra”.

(NizanGuanaes)

LISTA DE FIGURAS

Figura1 - Esquema de desarrollo sustentable	49
Figura 2 - Prioridades en el gerenciamiento de residuos	69
Figura 3 - Principios jerárquicos de la P+L – ¿Qué hacer con los residuos?	76
Figura 4 -Mapa de la Microrregión de Cerro largo	88
Figura 5 - Línea de resultado operacional sustentable	101
Figura 6 - Trípode de datos de la investigación	134
Figura 7 - Pirámide de responsabilidad social corporativa	143

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Divulgación de las acciones de sustentabilidad ambiental	101
Gráfico 2 – Uso de recursos naturales para obtener energía	107
Gráfico 3 – Acciones de responsabilidad social de las empresas.	112
Gráfico 4 – Importancia de actuar con responsabilidad social	113
Gráfico 5 – Auxilio a entidades sociales	114
Gráfico 6 – Participación en proyectos sociales	115
Gráfico 7 – Relato de las actividades sociales desarrolladas	116
Gráfico 8 – Beneficios sociales disponibilizados a los colaboradores	121
Gráfico 9 – Sector de contabilidad en la empresa	124
Gráfico 10 – Ventas para el mercado externo	128

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1- Pequeñas y Medianas Industrias de la Micro Región de Cerro Largo	29
Cuadro 2 - Objetivos de los sectores económicos, ambientales y sociales	42
Cuadro 3 - Relación de los sectores económicos, ambientales y sociales	48
Cuadro4 - Clasificación de porte de la empresa por el facturación	83
Cuadro 5 - Criterio de clasificación del porte de las empresas: personas ocupadas	83
Cuadro 6 - Clasificación del porte de las empresas por el BNDES	84
Cuadro 7 - Empresas Activas, MPES e Industrias	85
Cuadro 8 - Ciudades, Área, Población y PIB per cápita	89
Cuadro 9 - Instrumento para gestión ambiental	137
Cuadro 10 - Aplicación de la herramienta 5W y 2H	139
Cuadro 11 - Instrumento para la responsabilidad social	140
Cuadro 12 - Aplicación de la herramienta 5W y 2H	144
Cuadro 13 - Instrumento para la responsabilidad social	146
Cuadro 14 - Aplicación de la herramienta 5W e 2H	147

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 – Municipio de Microrregión de Cerro Largo	90
Tabla 2 – Encuadre de la empresa	91
Tabla 3 – Tipos de Alvarás y Licencias de las empresas	92
Tabla 4 – Cargo / Función de los respondientes	93
Tabla 5 – Tiempo de empresa del entrevistado	94
Tabla 6 – Edad de los respondientes	94
Tabla 7 – Grado de instrucción	95
Tabla 8 – Con quien los encuestados aprendieron el oficio del trabajo	95
Tabla 9 – Personas de la familia que trabajan en la empresa	96
Tabla 10 – Personas de la familia que trabajan en la empresa con CTPS	97
Tabla 11 - Personas de la familia que trabajan en la empresa sin CTPS	97
Tabla 12 – La actividad y el impacto sobre el Medio Ambiente	99
Tabla 13 – Justificativa para la divulgación de las acciones sustentables	102
Tabla 14 – Control dos impactos ambientales	103
Tabla 15 – Acciones ambientales de las empresas	104
Tabla 16 – Apoyo e inversión en proyectos sociales	106
Tabla 17 – Generación de impactos negativos en el proceso de fabricación	108
Tabla 18 – Actitudes del comportamiento empresarial	109
Tabla 19 – Tipos de Comportamiento Empresarial	110
Tabla 20 – Caracterización de las entidades asistidas	114
Tabla 21 – La empresa divulga las acciones sociales	

Tabla 22 - Inclusión social	117
Tabla 23 – Acciones socioambientales de las empresas	118
Tabla 24 – Salud ocupacional	119
Tabla 25 – Planificación socioambientales de las empresas	122
Tabla 26 – Papel del contador en las cuestiones ambientales	123
Tabla 27 – Uso de las informaciones contables en la gestión	125
Tabla 28 – Control gerencial implantado	125
Tabla 29 – Exigencias de la certificación ambiental	126
Tabla 30 – Destino de las exportaciones	127
Tabla 31 – La Responsabilidad Ambiental en la óptica del	128
Tabla 32 – Estructura socioambientales de las empresas	129
	131

GLOSARIO

ACV - Análisis del ciclo de vida

CEBDS - Consejo Empresarial Brasileiro para el Desarrollo Sustentable

DBE - Documento Básico de Entrada

DMLU - Departamento municipal limpieza urbana

DREE - Departamento de Racionalização das Exigências Estatais

EPP- Empresa de Pequeño Porte

IPCC (inglés) - Panel Internacional de Cambios Climáticos

IPEA - Instituto de Pesquisa Económica Aplicada

ME - Microempresa

MEI - Microempreendedor Individual

ODM - Objetivos de Desarrollo del Milenio

ONU – Organización de las Naciones Unidas en Brasil

ONUBR - Organización de las Naciones Unidas

P+L - Producción más Limpia

PCNs - Parámetros Curriculares Nacionales

PNUMA - Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente

RF - Receita Federal

RSC - Responsabilidad Social Corporativa

SEBRAE - Serviço BrasileRo de Apoio a Micro y Pequenas Empresas

SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração y Sociologia Rural

UNEP - United Nations Environment Programme

ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN.....	17
1.1 Fundamentación.....	17
1.1.1 Estrategia Organizacional.....	20
1.2 Problema.....	21
1.3 Hipótesis.....	22
1.4 Objetivos.....	22
1.4.1 Objetivo general.....	23
1.4.2 Objetivos específicos.....	23
1.5 Aporte de la investigación.....	23
1.6 Metodología.....	24
1.6.1 Método.....	25
1.6.2 Tipo de investigación.....	25
1.6.3 El enfoque se dio en los aspectos cualitativos y cuantitativos.....	27
1.6.4 Unidad de análisis y sujetos de investigación.....	29
1.6.5 Recolección de datos.....	30
1.6.6 Construcción del instrumento de investigación.....	31
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	33
2.1 Gestión del desarrollo socioambiental sostenible.....	33
2.1.1 La empresa y el medio ambiente.....	34
2.2 Históricos de sostenibilidad socioambiental.....	36
2.3 Desarrollo sostenible y sustentabilidad.....	43
2.3.1 Economía verde.....	50

2.3.2 Valores y transparencia.....	53
2.3.3 Ecoeficiencia.....	54
2.4 Consciencia frente a la preservación: la educación ambiental.....	57
2.4.1 La educación ambiental.....	59
2.5 Ciudadanía y la construcción del concepto de responsabilidad corporativa.....	64
2.6 El análisis de la mejoría.....	68
2.6.1 Gestión de riesgos medioambientales.....	70
2.7 Ciclo de vida del producto.....	71
2.8 La producción más limpia como nueva alternativa de producción.....	72
2.8.1 El proceso de implementación del proceso de producción más limpio y sus beneficios.....	74
2.9 La logística de producción inversa.....	77
2.10 Licenciamiento Ambiental.....	78
2.11 Quienes son las Micro y Pequeñas Empresas.....	80
2.11.1 Criterio de la recaudación bruta.....	81
2.11.2 Criterio de clasificación de las personas ocupadas.....	83
2.11.3 Clasificación de porte: facturación anual.....	84
2.11.4 Importancia de la PME.....	85
3 PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	87
3.1 Ubicación de la investigación.....	87
3.2 Primer eje de la investigación: perfil de los entrevistados.....	90
3.3 Segundo eje de la investigación: bloque ambiental.....	98
3.4 Tercero eje de la investigación: bloque social.....	111
3.5 Cuarto eje de la investigación: bloque económico.....	122
4 INSTRUMENTO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIOAMBIENTAL SUSTENTABLE DE LAS INDUSTRIAS DE PEQUEÑO TAMAÑO MICRORREGIÃO DE CERRO LARGO-RS.....	133

5 CONCLUSIONES.....	149
6 BIBLIOGRAFÍA.....	154
7 ANEXOS.....	162
Anexo A – Modelo de cuestionario.....	162

1 INTRODUCCIÓN

La variable ambiental recae cada vez más en la agenda de los contadores profesionales administradores que necesitan para insertar acciones sustentables en la toma de decisiones, de modo que las empresas puedan seguir siendo competitivas y permanecer en el mercado.

Debido a estos cambios, surge la necesidad de introducir el proceso de gestión de la formulación e implementación de la formulación de las metas y nuevas herramientas para ayudar a los administradores en el desempeño ambiental de las organizaciones, minimizando el impacto sobre el medio ambiente, reduciendo costos y maximizando resultados futuros.

Esta evolución incluye la necesidad de estudiar un modelo de gestión ambiental que promueve el desarrollo sustentable de las pequeñas empresas industriales de la microrregión de Cerro Largo -RS.

1.1 Fundamentación

Los recursos naturales son limitados y su utilización está cada vez más intensa provocada por el crecimiento poblacional de los últimos años. Y, como resultado, se tiene el desequilibrio natural, acompañado del gran derroche de materiales productos y subproductos.

Considerado como recurso abundante y clasificado en la categoría de bienes libres, bienes para los cuales no hay necesidad de trabajo para su obtención, dificultó el establecimiento de criterio de utilización del medio ambiente, diseminando la polución ambiental (Donaire, 1999).

La gestión ambiental está conectada directamente a la gestión global de la organización, así como la aplicación de algunos principios, tales como la inclusión de la gestión ambiental en las

prioridades corporativas emprendedoras. A lo largo de los siglos las empresas han sido i is y mantenidas sin ninguna preocupación por sus efectos sobre el medio ambiente natural. Con ello se encuentran hoy grandes extensiones de aguas corrientes y suelos totalmente improductivos o inhabitables en función de los desechos contaminantes dejados por empresas que allí estaban, lo están acogidas. El aire cargado de grandes proporciones de emisiones tóxicas, en algunas regiones, provocó, y aún provoca elevada cantidad de casos de enfermedades.

Maimon (1996) explica que la gestión ambiental es un conjunto de procesos que contribuyen a la gestión de la organización a fin de garantizar una buena relación con el medio ambiente y que el sistema de gestión ambiental, establece normas fundamentando la adopción de acciones preventivas para competencia de impactos adversos del medio ambiente. Se suma a éste el concepto de Reis (1996) que afirma que la gestión ambiental son rutinas que posibilitan que la organización pueda administrar de forma correcta sus acciones con el medio ambiente todo lo que requiere, atención de las partes interesadas.

Y el mercado rápidamente percibió que las demandas actúan fuertemente a favor de la competitividad. Los administradores estaban preocupados no sólo con la gestión del negocio, sino con la sociedad y el medio ambiente en que integran utilizando maneras más adecuadas al medio ambiente y pasando a incluir en la gestión de su negocio las dimensiones ecológicas, desarrollando sistemas administrativos en consonancia con la causa ambiental (Costa, 2012).

En consonancia con Costa (2012, p.34) los resultados que pueden ser obtenidos por las organizaciones a partir de la adopción de medidas proactivas a la cuestión ambiental, fortaleciendo su posición competitiva, son:

- a) Extinción de multas, gastos de descontaminación y procesos judiciales;
- b) Reducción de la cantidad de material utilizado;

- c) Crear nuevos productos y servicios para nuevas oportunidades de mercado y clientes más sensibles a la cuestión medioambiental;
 - d) Reducir el nivel de consumo y el coste de la energía, el tratamiento y la eliminación de residuos;
 - e) Mejora en la planificación de inventario, producción y ventas;
 - f) Minimizar el número de accidentes y el coste del seguro;
 - g) Perfeccionar el sistema de gestión ambiental;
 - h) Mejorar la relación con los órganos de control ambiental;
 - i) Mejoría de la imagen y credibilidad de la empresa;
 - j) Aumento del precio de las acciones de la empresa.

Se sabe que diariamente las situaciones están diferenciadas, lo que hace el mañana diferente del hoy y el hoy diferente del ayer. Planear esas diferencias es un camino a seguir y enfrentar los acontecimientos desconocidos e inciertos. La planificación es una estrategia para sobrevivir (Silva, 2009).

Y de acuerdo con Reis (1996), la gestión ambiental es parte integrante de las responsabilidades de gestión de una organización y competitividad, eficiencia, calidad, productividad, flexibilidad de producción, innovación tecnológica, satisfacción del cliente, cuidado del medio ambiente son algunos temas que forman parte de las preocupaciones diarias de los gestores de hoy (Costa, 2012) y deben estar insertadas en la planificación de las empresas.

1.1.1 Estrategia Organizacional

La planificación es un proceso de formulación de estrategias organizativas en el cual la inserción de la organización y su misión en el ambiente en que está actuando. De acuerdo con Kotler (1993) una metodología de gestión para el establecimiento de la dirección estratégica a ser seguida, alineados con las metas, recursos organizacionales y del ambiente, siendo responsable por un pensamiento sistemático sobre el futuro, llevando a la definición de objetivos y políticas, que resultan en patrones de desarrollo más controlables.

Oliveira (2009) explica que es la acción básica estructurada y desarrollada por la empresa para alcanzar, de forma adecuada, metas ideadas para el futuro en la mejor posición de la empresa frente a su ambiente.

Kaplan y Norton (2008) comentando sobre iniciativas estratégicas subraya que acciones estratégicas proporcionan a corto plazo que ponen en la empresa sentido que objetivó al elaborar su visión y misión.

Según el autor, estas acciones llevan a la empresa a seleccionar estrategias, con base en la evaluación de su impacto y desempeño establecidos en términos de objetivos estratégicos e indicadores, en que cada término exige iniciativas estratégicas para alcanzar sus objetivos desafiantes.

Para Padoveze (2003) la estrategia de las empresas transcurre de sus objetivos corporativos, que a su vez pasan de sus objetivos, que están en consonancia con la misión de la empresa (su razón de ser).

1.2 Problema

Los principales cambios en la economía mundial, el crecimiento de la población y los avances tecnológicos, llevan a las principales organizaciones a repensar sus estrategias de ventas y producción de bienes y servicios. Los impactos de estas decisiones influyen en la existencia futura de la organización, estableciendo la necesidad de reorganizar y gestionar los riesgos inherentes, incluyendo la preservación ambiental y la responsabilidad ambiental, en la economía de los costos en los procesos de toma de decisiones y gestión de organizaciones.

La competitividad, la eficiencia, la calidad, la productividad, la flexibilidad de producción, la innovación tecnológica, la satisfacción del cliente, el cuidado del medio ambiente, son algunos de los factores para el desarrollo económico sostenible de las empresas garantizando condiciones mejores para las generaciones futuras y para que puedan disfrutar de mayor libertad del que la actual (Veiga, 2005).

Para Starke (1991), las organizaciones carecen de nuevas propuestas para el desarrollo sostenible, ya que para ser sostenible, hay una necesidad de que existan determinados factores sociales, ecológicos y económicos. Por lo tanto, las empresas que eran vistas como instituciones económicas con responsabilidades en materia de "qué producir como producir y para quién producir" (Donaire, 1999, p.15), testimonian el surgimiento de nuevos roles: la variable ambiental, la responsabilidad ambiental y la necesidad de un desarrollo económico sostenible.

Según la ONG Instituto Ethos, la sustentabilidad ha sido conocida por los tres componentes: las personas, las realizaciones y el planeta, definidos como las dimensiones sociales (Ethos, 2013), económicas y ambientales. Como resultado, las tres dimensiones garantizan el éxito a largo plazo de la empresa, cuando Veiga argumenta que "el sustantivo - Sostenibilidad - pasó a servir a griegos y

troyanos cuando quieren expresar ambiciones de continuidad, durabilidad o perennidades" (2010, p.12).

En este contexto, que conduce a las empresas para maximizar los resultados y minimizar los costos, esta investigación busca responder a las preguntas: ¿Pequeñas industrias tienen herramientas de gestión para el desarrollo ambientalmente sostenible? ¿Cuáles son los principales factores determinantes del desarrollo ambiental sostenible? La aplicación de un modelo de gestión para las necesidades de las pequeñas empresas contribuye a la mejora de los resultados de estas organizaciones? ¿Cuál es la percepción de los empresarios de la necesidad de cambio de la cultura organizacional?

1.3 Hipótesis

La investigación presentada es restringida a la administración de empresas que necesitan modificar su proceso actual de gestión, construyendo instrumentos que puedan llevar a la implementación de desarrollo ambiental de conformidad con los aspectos sociales, jurídicos y económicos.

El uso de herramientas de gestión para pequeñas empresas industriales agrega valor y crean nuevas y mejores oportunidades de negocios.

1.4 Objetivos

Hay varios objetivos a ser alcanzados con esta investigación:

1.4.1 Objetivo general

Estudiar los procesos de gestión de desarrollo socioambiental de las organizaciones para proponer un instrumento de gestión para pequeñas empresas industriales de la microrregión de Cerro Largo - RS.

1.4.2 Objetivos específicos

- a) Estudiar los factores determinantes del desarrollo ambiental sostenible de las empresas industriales, objetivos del estudio;
- b) Determinar los factores que influyen la competitividad y la supervivencia futura de las organizaciones;
- c) Estudiar la cultura organizacional de las pequeñas empresas industriales;
- d) Analizar las estrategias de gestión ambiental de las organizaciones;
- e) Determinar las ventajas y desventajas de la implementación de estrategias socioambientales de las pequeñas empresas industriales, y la percepción de sus resultados por parte de los gestores;
- f) Proponer un instrumento de gestión socioambiental sostenible adecuado para las necesidades de pequeñas empresas industriales en la microrregión de Cerro Largo - RS.

1.5 Aporte de la investigación

Este capítulo inicialmente se caracteriza por el surgimiento del pensamiento ambiental para

las pequeñas industrias y la necesidad de instrumentalizar un proceso de gestión adecuado que atienda a sus necesidades, en aspectos sociales, económicos y ambientales.

La gestión ambiental es un tema de la moda desde principios de los años 80. Los estudios están profundizando en observar los procesos y las prácticas y evaluar las contribuciones de las empresas al medio ambiente, la sociedad y para mantener los negocios. La preocupación por la sostenibilidad y las mejores prácticas medioambientales debe ser las personas, los gobiernos y las organizaciones de todo tipo. Este estudio puede contribuir a que más gestores puedan adoptar medidas en sus organizaciones aumentando su responsabilidad ambiental, agregando valor y mejorando su imagen corporativa.

El objetivo es que estas cuestiones sean incorporadas en la planificación estratégica de las organizaciones y absorbidas por todos como prácticas comunes que agreguen valor, creando nuevas y mejores oportunidades de negocios.

Con el estudio realizado los resultados esperados con el desarrollo de la tesis es presentación de un modelo de gestión para el desarrollo económico sostenible de la industria de pequeño porte en la región noroeste del estado de Rio Grande do Sul frente a desafíos globales. Además de la sensibilización reflejada en la clase empresarial de la necesidad de un cambio cultural, insertar estrategias ambientales para organizaciones para el desarrollo económico sostenible de las organizaciones, evaluando los beneficios de la implementación de prácticas sostenibles.

1.6 Metodología

La metodología define los medios y métodos de investigación para la delimitación de un problema particular, análisis y desarrollo de observaciones para criticar e interpretar causa y efecto.

Minayo (2008) define la investigación como una actividad de las ciencias en la investigación y la construcción de una nueva realidad. Se trata de una investigación que alimenta la actividad de enseñanza y utilizada en la realidad de mundo actual y la metodología se caracteriza como el camino e instrumento del enfoque de investigación.

De acuerdo con Gil (2006) es un proceso formal y sistemático de desarrollo del método científico, cuyo principal objetivo es descubrir respuestas a problemas utilizando procedimientos científicos. Se definen aquí los métodos que se utilizarán el delineamiento de la investigación y clasificación del estudio, el problema de investigación, los procedimientos para la recolección y análisis de datos obtenidos.

En este capítulo se presentan las opciones metodológicas acerca del método, tipo de investigación, la unidad de análisis y sujetos de investigación, las variables analizadas, los costos que determinan instrumentos de recolección de datos y la forma de procesamiento y análisis de los dat

1.6.1 Método

Esta investigación se caracteriza como un estudio cualitativo, de carácter exploratorio y descriptivo, segundo la tipología definida por Roesch (1996).

1.6.2 Tipo de investigación

La presente investigación fue desarrollada a partir de investigación bibliográfica, documental y de campo; Modalidad exploratoria y descriptiva.

Independiente del enfoque utilizado, toda investigación es, inicialmente bibliográfica, pues es este análisis previo que posibilitará la definición de los demás aspectos de la investigación. Según Lakatos y Marconi (2010):

La investigación bibliográfica, o de fuentes secundarias, abarca toda bibliografía ya hecha pública en relación al tema de estudio, desde publicaciones sueltas, boletines, periódicos, revistas, libros, investigaciones, monografías, tesis, material cartográfico, etc., hasta medios de comunicación oral : Radio, grabaciones en cinta magnética y audiovisuales: películas y televisión. Su finalidad es poner al investigador en contacto directo con todo lo que fue escrito, dicho o filmado sobre determinado asunto [...].
(p.166).

Para esta investigación se buscó aporte en libros, artículos científicos nacionales e internacionales, investigación en tesis y disertaciones y materiales publicados por profesionales en boletines y periódicos, además de las publicaciones de empresas con actividad operacional en el área del conocimiento.

Al buscar conceptualización para la investigación documental, Fonseca citado por Gerhardte Silveira(2009, p. 37) revela que este tipo de investigación "[...] recurre a fuentes más diversificadas y dispersas, sin tratamiento analítico, tales como: tablas estadísticas, periódicos, revistas, informes, documentos oficiales, cartas, películas, fotografías, pinturas, tapicerías, informes de empresas, vídeos de programas de televisión, etc.'".

La investigación de campo es una fase que se realiza después del estudio bibliográfico, para que el investigador tenga un buen conocimiento sobre el tema, pues es en esta etapa que va a definir

los objetivos de la investigación, las hipótesis, definir cuál es el medio de recolección de datos, tamaño de la muestra y cómo los datos serán tabulados y analizados (Lakatos y Marconi, 1996).

1.6.3 El enfoque se dio en los aspectos cualitativos y cuantitativos

Para Bardin (2011) la investigación cualitativa es aquella que se caracteriza por un análisis sin variables numéricas, sin la repetición de determinados elementos teniendo en cuenta hechos y palabras. Se comprende también que este enfoque permite al investigador comprender aspectos de la subjetividad humana. En este tipo de abordaje lo que interesa son los acontecimientos, situaciones y vivencias.

Lakatos (2008) destaca que la investigación cuantitativa tiene como ventaja el hecho de que el investigador busca expresar las relaciones funcionales entre las variables e identificar los elementos básicos del hecho estudiado, evidenciando la evolución entre los diferentes elementos.

Rodrigues (2007, p.3) explica que en la modalidad explorativa el objetivo de la investigación es:“(...) la caracterización inicial del problema, su clasificación y su definición. Es la primera etapa de toda investigación científica”.

En la modalidad descriptiva de la investigación, los hechos deben ser "observados, registrados, analizados, clasificados e interpretados, sin interferencia del investigador" (Rodrigues, 2007, p.4).

También es una investigación-acción. Tal tipo de investigación es utilizado cuando el investigador se ha comprometido a solucionar algún problema a través de una acción. De este modo, el problema a ser solucionado se convierte en objeto de estudio. Entre las definiciones encontradas para el término, se adopta en el presente estudio la dada por Thiollent (2005, p.16), según la cual:

La investigación-acción es un tipo de investigación social con base empírica que es concebida y realizada en estrecha asociación con una acción o con la resolución de un problema colectivo y en el cual los investigadores y los participantes representativos de la situación o del problema están involucrados de modo cooperativo o participativo.

En este proceso, investigador e investigado interactúan de modo participativo, desarrollando las ideas propuestas en el plano de investigación. Es necesario que durante la investigación los elementos estén interrelacionados y al final del proceso haya algún tipo de transformación del grupo involucrado, generando así la solución para el problema en cuestión, conforme a los objetivos específicos de la investigación. la parte documental fue investigada junto a empresarios de la microrregión de Cerro Largo - RS.

En la presente investigación el objetivo fue proponer un plan de gestión para pequeñas empresas de la microrregión de Cerro Largo - RS.

A la luz de los conceptos, definimos los métodos de investigación que se utilizan.

a) Investigación Documental: Inicialmente se realizará una investigación documental, objetivando un mejor conocimiento con respecto a la gestión del desarrollo sostenible del medio ambiente de las industrias, a fin de dar sustentación al trabajo propuesto.

b) Explotación: tiene como objetivo proporcionar una mayor conciencia del problema, con el fin de esfuerzo explícito, aumentar el conocimiento de la construcción de hipótesis.

c) Entrevistas semiestructuradas: éstas tienen como objetivo fundamental la búsqueda de un conocimiento acerca de las cuestiones y en contextos que no están estructurados anteriormente a partir de las suposiciones de la investigación.

La investigación de campo debe realizarse en tres etapas:

Etapa 1 - Recolección de los datos y selección de las empresas

Paso 2- Análisis de los datos

Etapa 3 – Conclusión

1.6.4 Unidad de análisis y sujetos de investigación

Para la elección de las empresas se solicitó una relación de catastros junto a la Receta Federal (RF), en posesión de esta información, se confirmaron los registros en las intendencias de cada municipio. En este proceso, fue posible listar 284 empresas industriales de tamaño mediano y pequeñas con facturación hasta 3.600.000,00 en el año calendario de 2015.

Cuadro 1 - Pequeñas y medianas industrias de la Micro Región de Cerro Largo

Pequeñas y medianas industrias de la Micro Región de Cerro Largo en31/12/2015						
Ciudades	PME Industrias	Bajadas	Inactivas	Excluidas	Inconsistente	Empresas Activas
Caibaté	19	2	3	2	1	11
Campina das Missões	43	6	9	5	0	23
Cerro Largo	69	7	13	8	0	41
Guarani das Missões	39	0	9	7	0	23
Mato Queimado	7	1	1	0	1	4
Porto Xavier	22	4	5	2	1	10
Roque Gonzales	24	1	8	0	3	12
Salvador das Missões	12	2	3	2	0	5
São Paulo das Missões	13	4	2	1	1	5
São Pedro do Butiá	30	0	11	0	0	19
Sete de Setembro	7	1	2	0	3	1
TOTAL	285	28	66	27	10	154

Fuente: elaborada por la autora.

Después del refinamiento, se excluyeron empresas inactivas (aquellas que presentaron Declaración de Inactividad en 2015); Empresas bajadas (empresa que solicitaron baja ente la fecha del

informe y la fecha de la realización de la investigación); Empresas irregulares (empresas pendientes o sin registro en el registro fiscal de contribuyentes del municipio) y las que no actúan en la actividad industrial, restando hasta el momento 154 empresas, número que aún puede ser alterado.

Con la investigación realizada, los datos fueron compilados en gráficos y tablas que fueron contruidos debidamente en las normas de la ABNT, según Prodanov y Freitas (2013). La tabulación de los datos fue realizada en el software Sphinx Brasil V5.

A los fines de este estudio, la encuesta se realizó entre los meses de diciembre de 2016 ; febrero de 2017, mediante la aplicación de un cuestionario aplicado a los 154 pequeños empresarios de las industrias de la Microrregión de Cerro Largo.

1.6.5 Recolección de datos

De acuerdo con Cervo (1996) toda investigación nace de algún problema observado o sentido por el investigador. Esta investigación no puede seguir a menos que se haga una selección y una planificación de lo que se quiere estudiar. Esta selección requiere un camino a seguir, que guiará al investigador y al mismo tiempo delimitar el tema a ser estudiado.

En cuanto a la recolección de datos, según Mattar (1998,p.15):

Es donde se efectúan los contactos con los respondedores [...] aplicando los instrumentos, registrando los datos. Efectuada una primera verificación del llenado de los instrumentos y enviados los instrumentos rellenos a la central de procesamiento de los datos.

Rampazzo y Corrêa (2008) señalan que antes de iniciar la recolección de datos el investigador tendrá que elegir un abanico de alternativas para obtenerlos, hacer un análisis de las ventajas y desventajas de cada técnica utilizada y hacer una planificación de las etapas y desarrollo de

la misma.

La recolección de datos no es un proceso acumulativo y lineal. Los datos se recopilan, interactivamente, en un proceso de idas y vueltas, en las diversas etapas de la investigación y en la interacción con sus sujetos. En el desarrollo de la investigación los datos son constantemente evaluados y analizados (Rampazzo y Corrêa, 2008, p.91).

Para la recolección de datos fueron consultadas, además de los documentos de la empresa; varias fuentes, entre ellas legislaciones, libros y artículos, virtuales e impresos. La investigación bibliográfica se realizó a partir de las palabras clave: industria, medio ambiente, producción, desarrollo sostenible, sostenibilidad.

1.6.6 Construcción del instrumento de investigación

Para determinar los datos de esta investigación, no se encontró en la literatura, cuestionario para replicar adecuado al propósito del estudio, por lo que se desarrolló un cuestionario específico para la investigación. Para la realización del cuestionario, fueron considerados instrumentos utilizados en investigaciones empíricas anteriores además de los encontrados en la literatura constante en los capítulos del referencial teórico. Se siguieron recomendaciones para hacer el cuestionario de fácil interpretación, para mejorar el índice de respuestas de los encuestados.

Con el objetivo de atender a los objetivos del estudio, el cuestionario buscó mapear la situación actual de las pequeñas empresas y su concepción a los aspectos de sostenibilidad, destacando el modelo *triple bottomline*, en las dimensiones ambiental, social y económica, con foco en los controles de las empresas.

Elaborado el cuestionario y visando la validación del contenido técnico, se hizo un pre-test con 5 profesores maestros: 2 con conocimiento en el área de gestión ambiental y responsabilidad social, 2 con conocimiento en el área económica financiera y un doctor en administración y marketing. De la misma forma, el cuestionario fue aplicado a 5 empresas industriales de pequeño tamaño, para evaluar la claridad y la objetividad de la redacción. Las respuestas de los participantes del pre-test, el cuestionario se aplicó a las industrias de pequeño tamaño de la microrregión de Cerro Largo, que totalizaron 154 unidades.

El cuestionario se compone de cuestiones semiestructuradas y que puede consultarse en el Apéndice XX. Este tipo de investigación es más espontánea y permite la flexibilidad y de explorar otras cuestiones que surgen en el transcurso de la entrevista. La encuesta se realizó entre julio y octubre de 2016.

El instrumento de investigación posee, en la parte inicial la identificación de la empresa y del perfil del empresario respondedor y número de colaboradores que actúan en la empresa. Además de la parte inicial, el instrumento tiene tres bloques de preguntas: a) Ambiental; b) Social y c) Económico.

2REFERENCIAL TEÓRICO

En esta sección se presenta una revisión teórica de los datos que fundamentaron la presente tesis.

2.1 Gestión del desarrollo socioambiental sostenible

A lo largo de los tiempos, las organizaciones fueron instaladas y mantenidas sin ninguna preocupación de sus acciones sobre el medio ambiente (Ribeiro e Carvalho, 2000). Esta visión ha sufrido cambios, cuando las empresas pasaron a tener mayor responsabilidad sobre qué producir, cómo producir y para quién producir (Donaire, 1999) e insertando la variable socioambiental en la agenda profesional de los gestores.

Para Donaire (1999) este cambio desarrolló un movimiento creciente de concientización en pro de acciones sostenibles especialmente en las actividades industriales y comerciales con fines lucrativos, donde tales aspectos se observan con miras a un desarrollo sostenible.

Esta implicación impone desafíos y los gestores han intentado corresponder a través de procedimientos y acciones que demuestran nuevas posiciones de responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente. Entra en pauta la sustentabilidad y la preocupación con el medio ambiente, transcrito hoy, en diversos países y organizaciones, donde toda la carga de suministros está orientada hacia el verde y la minimización de los riesgos ambientales.

Este capítulo presenta algunos de los principales aspectos, relacionados a la problemática ambiental y que contribuyeron en el abordaje sobre el tema del desarrollo y la sostenibilidad empresarial.

2.1.1 La empresa y el medio ambiente

La variable ambiental recae cada vez más en la agenda de los profesionales contables y administradores que necesitan insertar acciones sostenibles en la toma de decisiones, de modo que las empresas puedan mantenerse competitivas y permanecer en el negocio. La disposición de la reglamentación ambiental hace que las empresas se adhieren al movimiento de la sostenibilidad descubriendo nuevas oportunidades de negocios.

Estudios de diversas áreas del conocimiento demuestran que los aspectos de la sostenibilidad tuvieron su origen en la biología y la economía, cuando reflejaron sobre las probabilidades de escasez de los recursos naturales y el proceso productivo de las empresas. La necesidad de introducir nuevos procesos y de implementar nuevas estrategias para ayudar en el desempeño de las organizaciones, en consecuencia minimizar los impactos sobre el medio ambiente, llevó a los gestores a insertar la sostenibilidad en la vida de las empresas.

Costa (2012, p.25) manifiesta que: “[...] más y más organizaciones están entrando en la ideología ecológica y más y más organizaciones están desarrollando políticas ambientales e introduciendo programas de reducción, reciclaje y reutilización de recursos ”. Esto implicación desafíos constantes a los empresarios, los cuales han intentado corresponder a través de procedimientos y ejecuciones de acciones que demuestran nuevas posiciones de responsabilidad hacia la sociedad y el medio ambiente.

Estas actitudes reflejan positivamente en la comunidad en un todo, en la planificación y los controles internos de las empresas y pasa a convertirse en una actividad continua para obtener la mejor relación con el medio ambiente (Maimon, 1996). Estos procedimientos permiten identificar

oportunidades de mejora en la reducción de los impactos sobre el medio ambiente y de forma integrada maximizar la rentabilidad de la empresa.

En esta línea de pensamiento, Mendonça (2003) complementa la necesidad de evaluar la posibilidad de conciliar la inversión en sectores productivos, en la competitividad y en la rentabilidad asociados con el valor de la preservación del patrimonio ecológico y la calidad de vida de la humanidad, de forma que toda la sociedad, desde las generaciones presentes como las futuras, reciba sus beneficios.

Así, las inversiones que mantengan relación con la calidad ambiental son actitudes necesarias y ventajosas para las empresas, cooperan con el crecimiento económico y con la obtención de beneficios. Pereira, Silva y Carbonari(2012), traen la concepción de que la función estratégica principal de las empresas deben ser la de sistematizar, integrar y desarrollar redes de negocios asociados, en los cuales en la productividad esté conectada y, donde, pueda ser viabilizado el regreso para toda sociedad, en forma de recursos y en los procesos de la cadena productiva.

La participación en la responsabilidad socioambiental es un proceso continuo y adaptativo, en el cual la organización define (o redefine) sus objetivos y metas relativas a la protección del ambiente y la salud y seguridad de sus stakeholders¹, reproduciendo un ambiente agradable y saludable y enfatizando el bienestar de todos. De la misma forma como selecciona las estrategias y medios para alcanzar tales objetivos en determinado período de tiempo, por medio de la constante interacción con el medio ambiente externo.

De esta forma la empresa que invierte en la implementación de acciones que favorecen y promueven el desarrollo socioambiental, gana en aspectos positivos como la dedicación del personal

¹Público estratégico describe persona o grupo que hizo inversión o tiene acciones o interese en una empresa, negocio o industria. En inglés stake significa interese, participación, riesgo. Holder significa aquel que posee.

interno, lo que resulta en un aumento de la productividad y evidencia parámetros éticos de compromiso con el bienestar.

2.2 Históricos de sostenibilidad socioambiental

La autora del libro Primavera Silenciosa (Silent Spring) Rachel Carson (1962), publicado en 1962, ya advertía sobre el exceso de contaminantes. La autora condenó el uso indiscriminado de pesticidas y agrotóxicos y con sus estudios se iniciaron las discusiones sobre sostenibilidad y el medio ambiente. Numerosos fueron los escritos, resultando en la creación de leyes y reglamentos para unir fuerzas de la sociedad y de las empresas en la implementación de acciones correctivas y preventivas en favor del medio ambiente.

En los años 1970, las publicaciones científicas destacaban el crecimiento de los parques industriales y el desequilibrio causado por la industrialización. También en esta década se han detectado las primeras iniciativas de prácticas medioambientales enfocando los temas de crecimiento poblacional, crecimiento industrial, escasez de alimentos y recursos naturales. En el mismo período las proyecciones recaen sobre la falta de alimentos, agua y otros recursos naturales, indispensables para la supervivencia del planeta (Simon, Bernardo, Karapetrovic y Casadesus, 2011).

En Estocolmo, en 1972 se produjo la 1ª Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente, realizada por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), que inició manifestando preocupación por las cuestiones ambientales y sociales, como el crecimiento poblacional, el proceso de urbanización y el uso de las tecnologías en la industrialización (VanBellen, 2005).

De acuerdo con Sachs (1986, p.14), el ecodesarrollo aportó nuevas contribuciones las discusiones, defendiendo la posibilidad de crecimiento desde que de forma sostenible, "de gestionar la

naturaleza para asegurar a los hombres de nuestra generación ya todas las generaciones futuras la posibilidad de desarrollarse”.

En 1978, Alemania innovó el primer sello ecológico, llamado de Sello Azul (Blue Angel), representando los productos y servicios con impacto reducido o positivo, en todo el ciclo del proceso productivo. Esta es la más antigua certificación de productos y servicios con características ambientalmente correctas y amigables.

Con la creación de los Comités Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD, 1991) de las Naciones Unidas en 1983, presidido por GroBrundtland se propusieron normas para la orientación internacional de la política de cooperación y las acciones internacionales con el fin de promover el cambio para el desarrollo (Brundtland, 1987).

En 1987 se publicó el informe de la Convención Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo denominado nuestro Futuro Común (CMMAD), conocido como Informe Brundtland. Este evento marcó una nueva fase en las discusiones sobre el desarrollo sostenible al integrar las variables de justicia social, equilibrio ambiental y desarrollo económico. En el mismo año, el desarrollo sostenible se conceptualizó como "lo que atiende a las necesidades del presente, sin comprometer la posibilidad de que las generaciones futuras atiendan a sus propias necesidades" (CMMAD, 1991, p.46).

La década de 1980 fue caracterizada por Oppen y Brugman (1991) como el período en que las empresas incorporaron la reglamentación ambiental, haciéndose conscientes de los aspectos e impactos ambientales producidos en sus procesos productivos y en la necesidad de la reducción de costos.

En los años 1990, la gestión ambiental pasa a ser un diferencial estratégico de las empresas, iniciando con el proceso de medición de los impactos ambientales de los productos en todo el ciclo de

vida. Esto incluye la mejora de los procesos y la gestión de la cadena de suministro, dando lugar a la innovación ecológica que aborda el proceso de desarrollo de nuevos productos, procesos y servicios que proporcionan valor para el cliente y el negocio y reducen significativamente el impacto ambiental (Simon et al., 2011).

En la década de 1990 la gestión ambiental dejó de ser responsabilidad de un departamento y pasó a ser de toda la empresa. Se plantea un gran número de normas y certificaciones para que las empresas demuestren estar contaminando menos. Entre las más importantes, la Norma ISO 14000 que contribuyó estableciendo requisitos de un sistema de gestión ambiental centrado en la mejora continua y la prevención de la contaminación.

Los nuevos conceptos surgieron, como de Barbieri y Álvares (2003) que describe la gestión ambiental como un conjunto de actividades administrativas y operativas interrelacionadas que abordan los problemas ambientales. Según Oppen y Burgman (2011) en la misma década surgió la tercera fase, llamada de mercado, que es cuando las organizaciones invierten en sostenibilidad y descubren nuevas oportunidades de negocios y generación de ingresos.

En 1992, la comunidad internacional se reunió en Río de Janeiro, Brasil, para discutir formas de implementar el desarrollo sostenible. Durante la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo, conocida como ECO 92 o Cúpula de la Tierra, en la que se aprobó la Agenda 21. El evento abarca un plan específico para el desarrollo sostenible a nivel nacional, regional e internacional (Brasil, 1992).

El documento hace hincapié en la importancia de preparar al mundo para los desafíos del siglo XXI, a través de un plan de acción y un plan global que enumera los objetivos a alcanzar por las naciones para mantener la vida en el planeta y detener la degradación del medio ambiente (Brasil, 1992).

En 1997, surge la redacción de la Carta de la Tierra, que forma parte de los asuntos no concluidos en la Convención de 1992. Es un conjunto de principios éticos para la construcción de una sociedad global justa, sostenible y pacífica, con protección ecológica, erradicación de la pobreza, desarrollo económico equitativo, el respeto a los derechos humanos, la democracia y la paz son interdependientes e indivisibles (ONU, 1992).

A finales de la década de 1990 el trípode sustentable, o triple bottomline, de John Elkington (1997), surge en la publicación de *Cannibalswithforks*, un modelo que contempla en la evaluación de las empresas el desempeño ambiental, social, en conjunto con los factores económicos. El nuevo modelo está siendo insertado en las estrategias corporativas y de acuerdo con las organizaciones de autor puede llegar a ser sostenible en los tres pilares de siete revoluciones de la sostenibilidad: mercado, los valores; la transparencia, la tecnología de ciclo de vida, las asociaciones, de tiempo y de gobierno corporativo

El autor sugiere la inclusión en la evaluación de la empresa además de los aspectos de beneficio y retorno de la inversión, los impactos sobre la economía, sobre el medio ambiente y sobre la sociedad en que actúa.

En 2002, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) celebró la Cumbre del Milenio sobre Desarrollo Sostenible, que aprobó el Plan de Aplicación de Johannesburgo. El Plan de Aplicación se basó en los progresos realizados y en las lecciones aprendidas desde la Cumbre de la Tierra y previó un enfoque más enfocado con objetivos y metas concretas y mensurables y plazos específicos para revertir los principales problemas globales que afectan directamente a la vida de las personas, (Kohler, 2003).

Segundo Kohler (2003) en 2012, 20 años después de la Cumbre de la Tierra, los líderes mundiales se reúnen de nuevo en Río de Janeiro para: 1) asegurar un compromiso político renovado

para el desarrollo sostenible, 2) evaluar el progreso de las lagunas de aplicación en el cumplimiento de los compromisos acordados, y 3) abordar los retos nuevos y emergentes.

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible, o Cumbre de la Tierra, Río + 20, se centró en dos temas: 1) economía verde en el contexto del desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza y 2) el marco institucional para el desarrollo sostenible (Kohler, 2003).

En el encuentro surgió la Declaración del Milenio, que estableció ocho iniciativas para mejorar la vida de todos y hacer el mundo más justo para 2015. Denominada de Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), reúne esfuerzos sin precedentes para alcanzar las necesidades de las poblaciones más pobres del planeta. Es una plataforma humanista asumida por 191 naciones y contempla: erradicar la extrema pobreza y el hambre; universalizar la educación primaria; promover la igualdad de género y la autonomía de las mujeres; reducir la mortalidad en la infancia; mejorar la salud materna; combatir el VIH / SIDA, la malaria y otras enfermedades; garantizar la sostenibilidad ambiental; y establecer una asociación mundial para el desarrollo (IPEA, 2007).

En la conferencia Río + 20 ONU propuso un pacto global para suministrar y contribuir con informaciones sometidas a los jefes de Estado. En la iniciativa participan más de 8.700 empresas de más de 140 países y resultó en la creación de la Agenda de Desarrollo después de 2015 como objetivo de renovar el compromiso político con el desarrollo sostenible a través de la evaluación del progreso y de las lagunas en la implementación de las decisiones adoptadas por las principales cúpulas sobre el tema y el tratamiento de temas nuevos y emergentes, contribuyendo a que los negocios se convierten en una fuerza transformativa.

Se han señalado nuevos caminos y el año 2015 culminó en el trabajo de las Naciones Unidas con los gobiernos, la sociedad civil y otros socios para aprovechar el impulso generado por los ODM

y llevar adelante una agenda ambiciosa para acabar con la pobreza, promover la prosperidad y el desarrollo bienestar para todos, protegiendo el medio ambiente y enfrentando el cambio climático.

La agenda de 2030, un plan que busca fortalecer la paz universal con mayor libertad. Una nueva agenda con un conjunto de programas, acciones y directrices que orientarán los trabajos de las Naciones Unidas y de sus países miembros para los próximos años hacia el desarrollo sostenible. Son 17 objetivos de Desarrollo Sostenible y 169 metas que buscan asegurar los derechos humanos de todos y alcanzar la igualdad de género y el empoderamiento de mujeres y niñas.

Son acciones integradas e indivisibles, y mezclan, de forma equilibrada, las tres dimensiones del desarrollo sostenible: la económica, la social y la ambiental; aplicables a partir de enero de 2016, sirven para orientar las decisiones de los próximos quince años.

Con los objetivos, las metas integradas e indivisibles establecidas por la Agenda de 2030 y que mezclan de forma equilibrada dimensiones del desarrollo sostenible, cabe las empresas establecer condiciones rentables para su supervivencia y permanencia en el mercado.

En la condición de sostenibilidad empresarial, la ganancia no es la única expresión a considerar. Las cuestiones como ética responsabilidad social, crecimiento económico sostenido y los demás factores que traen transparencia a toda la comunidad, deberán ser permanentemente trabajados en la empresa, para contribuir y atender a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Agenda de 2030 establecidos por la ONU para implementación En todos los países durante los próximos años.

Cuadro 2. Objetivos del desarrollo sustentable

Objetivos de Desarrollo Sostenible
1. Acabar con la pobreza en todas sus formas, en todas partes
2. Acabar con el hambre, alcanzar la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición y promover la agricultura sostenible
3. Asegurar una vida sana y promover el bienestar para todos, en todas las edades
4. Asegurar la educación inclusiva y equitativa de calidad, y promover oportunidades de aprendizaje a lo largo de toda la vida para todos
5. Alcanzar la igualdad de género y empoderar a las mujeres y las niñas
6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos
7. Asegurar a todos el captorado confiable, sostenible, moderno y asequible a la energía
8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, empleo pleno y productivo y trabajo decente para todos
9. Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
10. Reducir la desigualdad dentro de los países y entre ellos
11. Hacer que las ciudades y los asentamientos humanos incluyentes, seguros, resistentes y sostenibles
12. Asegurar estándares de producción y consumo sostenibles
13. Tomar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus impactos (*)
14. Conservar y utilizar sostenidamente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
15. Proteger, recuperar y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar de forma sostenible los bosques, combatir la desertificación, detener y revertir la degradación de la tierra y detener la pérdida de biodiversidad
16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, proporcionar el Capturado a la justicia para todos y construir instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles
17. Fortalecer los medios de aplicación y revitalizar la asociación global para el desarrollo sostenible

(*) Reconociendo que la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático es el foro internacional intergubernamental primario para negociar la respuesta global al cambio climático
Fuente: ONUBR (2015).

A diferencia del siglo anterior, el siglo XXI representa la reconciliación del ser humano y de los negocios con el medio ambiente. La preocupación por la sostenibilidad refleja el posicionamiento de estos emprendedores con el capital natural. Es innegable el avance tecnológico y la necesidad de empresas rentables. Uno de los paradigmas a romper es desarrollar instrumentos y procesos de gestión que puedan ayudar a los gestores a mantener a las empresas rentables a fin de promover el crecimiento económico sustentable.

Tales acciones merecen reconocimiento y demuestran preocupación por la naturaleza y el respeto del bienestar de los ciudadanos. Según Costa (2012), el desarrollo sostenible no debe ser visto como una revolución, es decir, una medida brusca que requiere una rápida adaptación, sino una medida evolutiva que progresa de forma más lenta para integrar el progreso al medio ambiente para

que se logre en asociación desarrollar sin degradar, ya que siendo nocivo a la sociedad, seguramente será mal para sí mismo.

2.3 Desarrollo sostenible y sustentabilidad

La terminología de la sustentabilidad se inició debido a dos campos de conocimiento. El primero es el de la biología. En ese campo con la función de recuperación y reproducción de los ecosistemas, debido a acciones del hombre como el uso de recursos o acciones naturales como fuego, inundación entre otros. En la economía la sustentabilidad obtuvo su evolución a partir del siglo XX, con la expansión del mundo en sí.

De acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) citado por Sampaio (2010, p. 62) el desarrollo sustentable es una forma de intentar conciliar el crecimiento económico y la preservación ambiental, garantizando la continuidad de la vida en el planeta y La Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo definió el término como la característica de "mejorar la calidad de vida humana dentro de los límites de la capacidad de soporte de los ecosistemas".

El crecimiento de las ciudades, las industrias y los vehículos están causando problemas para el aire, el suelo y las aguas. El desarrollo es necesario, sin embargo, el ser humano necesita respetar el medio ambiente, pues depende de él para sobrevivir en este planeta. Es importante que haya la viabilidad económica en las acciones dirigidas a la producción de bienes y servicios, siendo que éstos no deben comprometer el futuro de las próximas generaciones (Figueiredo, 1994).

En cuanto a la cuestión, Schneider (2016, p. 8), asegura que: "el medio ambiente y el desarrollo no constituyen desafíos separados". Están inevitable y permanentemente interconectados.

El desarrollo no se mantiene si la base de recursos naturales se deteriora y acaba. El medio ambiente no puede protegerse si la sociedad y el crecimiento natural de la humanidad no tienen en cuenta las consecuencias de la destrucción ambiental, que no pueden ser tratados aisladamente por instituciones y políticas fragmentadas, que forman parte de un sistema complejo de causa y efecto, complementa el autor.

Para Barbieri y Álvarez (2003) el término desarrollo sostenible apareció por primera vez en el año 1980 en el documento denominado WorldConservationStrategy. Este documento fue producido por la IUCN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) y WWF (WORLD WIDE FUND FOR NATURE). En él se establecieron algunos objetivos relacionados a la estrategia mundial que apunta a la conservación de la naturaleza:

- a) mantener procesos ecológicos esenciales y los sistemas naturales vitales necesarios para la supervivencia y el desarrollo del ser humano;
- b) preservar la diversidad genética;
- c) asegurar el aprovechamiento sostenible de las especies y de los ecosistemas que constituyen la base de la vida humana (Barbieri y Álvarez, 2003, p. 23).

En el contexto ambiental, la palabra sustentabilidad pasó a ser usada a partir de 1987, tras el informe de las Naciones Unidas de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (CMMAD) conocida como Comisión Brundtland (Werbach, 2010), que definió el desarrollo sostenible como "satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las propias necesidades" (CCMAD, 1991).

El concepto fue retomado en múltiples encuentros mundiales de desarrollo y de derechos humanos y de acuerdo con Canepa (2007), Veiga (2005) y Acelard (1999) citados por Barbosa (2008) los autores que escriben sobre el tema su definición está en construcción.

En el plano de conceptualización, desarrollo sostenible es aquel que conduce al crecimiento económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de recursos naturales renovables en que se sostiene: ni deteriorar el ambiente o el derecho de las generaciones futuras en usarlos, para la satisfacción de sus propias necesidades.

Se percibe que la conceptualización puede variar dependiendo de los autores, pero las definiciones son muy similares en algún aspecto y acaban por entrelazarse en general.

El desarrollo sostenible implica la necesidad de su aplicación con éxito la sustentación en tres pilares, que son el económico, donde hay la necesidad de poder aplicarse tal sistema donde él se genera ganancias o por lo menos lo sostiene, lo social, en el que no puede afectar de forma negativa a la sociedad que está involucrada, así como a surtir efectos positivos para la misma, el propio ambiente, que es el punto en cuestión, debe estar siendo respetado en todos los requisitos de un determinado proyecto.

Redclift (1987) considera el desarrollo sostenible como algo realmente poderoso y Richardson (1997), como un fraude, pues intenta ocultar la limitación de los recursos naturales y el carácter de desarrollo de la sociedad industrial. O'Riordan (1993), trata que el tema de desarrollo sostenible trae un sentido de ambigüedad, donde cita la democracia y la justicia, pero no es por eso que necesariamente dejan de ser relevantes al asunto. Para Veiga (2010), el desarrollo sostenible trata de un nuevo valor social, un nuevo y diferente enfoque.

Más que un concepto, el desarrollo sostenible es un proceso de cambio, en el cual la explotación de los recursos, la orientación de las inversiones, los rumbos del desarrollo ambiental e institucional deben tener en cuenta las necesidades de las futuras generaciones.

Este concepto no implica la búsqueda de un estado de permanente armonía, sino un continuo proceso de cambio, en que la orientación de las inversiones, el desarrollo de nuevas tecnologías y la explotación de los recursos, esté de acuerdo con las necesidades actuales y futuras de la sociedad.

Gallopín, Funtowicz, O'Connor y Ravetz (2001) afirman que la transición hacia un mundo sostenible exige un progreso simultáneo y acciones conjuntas para actuar en el control de la generación de residuos y en el alcance del desarrollo sostenible.

La influencia del tema sustentabilidad asume dimensiones en todos los ámbitos. Cada vez más empresarios y ciudadanos se preocupan por preservar los recursos naturales y de esta forma hay una concientización que hay que cuidar del medio ambiente para las futuras generaciones, manteniendo relaciones de reciprocidad (Allasino, 1988).

La incorporación de prácticas rutinarias y sostenibles al día a día de las empresas presupone comunidades conscientes y conocedoras de las implicaciones ambientales y de los costos derivados de actuaciones inadecuadas adversas a la sostenibilidad. Así la sostenibilidad es una acción que no dependerá de la acción de un solo individuo, sino de la sociedad.

El uso de un argumento empresarial para una estrategia global Werbach (2010) apunta que la sostenibilidad no se limita a aumentar los ingresos o reducir los costos para inflar la ganancia final, sino conducir a la empresa a una estrategia final de ahorro de recursos. El autor presenta cuatro componentes importantes para una verdadera sostenibilidad:

- Social - actuar teniendo en cuenta a las demás personas;
- Económico - operar con ganancias;
- Ambiental: proteger y restablecer el ecosistema;
- Cultural - proteger y valorizar la diversidad cultural.

Para Silva (1995) la sostenibilidad puede ser alcanzada a través de la promoción de una evaluación y modificación de los patrones de consumo. Para las empresas las mejoras derivadas del ajuste a niveles elevados de calidad ambiental y de sustentabilidad resultan en el uso racional y productivo de insumos, además de la reducción de los costos de producción.

Para Silveira (1996) los residuos industriales representan, en la mayoría de los casos, pérdidas de materia prima e insumos. Aliado a esta concepción está la probable reducción de costos en los procesos productivos, la longevidad de la empresa y la necesidad global de sostenibilidad. La sostenibilidad es transversalidad. Sólo se alcanzará si es integrante de la estrategia de las organizaciones.

Reducir los impactos al medio ambiente a través de la administración de los recursos, realizando la asignación correcta de residuos, minimizando la emisión de contaminantes, son iniciativas que objetivan la mejora y la transformación ambiental mejorando el ambiente para que las futuras generaciones puedan de él disfrutar.

El consumo de productos está ligado al sustento humano, pero la capacidad de soporte de la Tierra es limitada. Las empresas son interdependientes e interconectadas a la economía, a la sociedad ya los ecosistemas, la calidad de esta relación influye en la permanencia en el mercado y en la continuidad del negocio.

En este contexto, según Stake (1991) citado por Schneider (2016, p.1) "para ser sostenible, el desarrollo debe tener en cuenta factores sociales, ecológicos, así como económicos. Las prioridades de los recursos vivos y no vivos y las ventajas y desventajas de las acciones, además de las alternativas a largo y corto plazo". Vargas y Bedin (2009, p.2) complementan explicando que "hablar en Desarrollo Sostenible es hablar en el paradigma del mundo actual".

La palabra desarrollo, anteriormente representaba el progreso y el crecimiento. Hoy adquirió un nuevo enfoque, el de la sostenibilidad, cuando será necesaria una serie de indicadores económicos, culturales, políticos, tecnológicos, ambientales, sociales, entre tantos (Pereira, Silva, Carbonari, 2012). Según los autores, el desarrollo sostenible anticipa una relación entre el medio ambiente, la sociedad y la economía y no puede ser analizado y ni ser visto como una adaptación para traer soluciones inmediatas al medio en que vive y sí, deberá ser una forma de mantener el desempeño económico y sostenible a largo plazo.

Las empresas están descubriendo que ser responsable socialmente puede generar resultados en beneficios al negocio (Vellani, 2011). Pereira, Silva y Carbonari (2012) describen la relación de los sectores económico, ambiental y social.

Cuadro 3. Relaciones de los sectores económico, ambiental y social

Económico	Ambiental	Social
<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo y rendimiento. • Política. • Foco en el flujo de capital entre diferentes Stakeholders y los principales impactos económicos en la organización y sociedad como un todo. • Rendimiento económico. • Presencia en el mercado. • Impactos económicos indirectos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivos y rendimiento. • Responsabilidad organizacional. Entrenamiento y concientización. • Monitoreo y seguimiento. • Indicadores de rendimiento: materiales, energía, agua, emisiones y residuos. • Conformidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo y rendimiento. • Política. • Responsabilidad organizacional. Entrenamiento y concientización. • Monitoreo y seguimiento. Indicadores de rendimiento: prácticas laborales y trabajo decente. Comunidad, corrupción, políticas públicas, derechos humanos. • Responsabilidad por el servicio (salud y seguridad del cliente, marketing, conformidad).

Fuente: Pereira, Silva y Carbonari (2012, p.97).

Desarrollar sostenidamente significa promover el desarrollo económico concomitantemente a la preservación del medio ambiente y relaciones justas de trabajo (Vellani, 2011) lo que puede ser confundido con gestión ambiental, pues lo integra.

Sin embargo, no puede confundirse con responsabilidad social corporativa y sostenibilidad empresarial, que integra a las empresas que significan la integración del desempeño económico, social

y ambiental de las empresas (Bebbington, 2001). Esto se averigua en la figura 1 del esquema de desarrollo sustentable de Villani (2001).

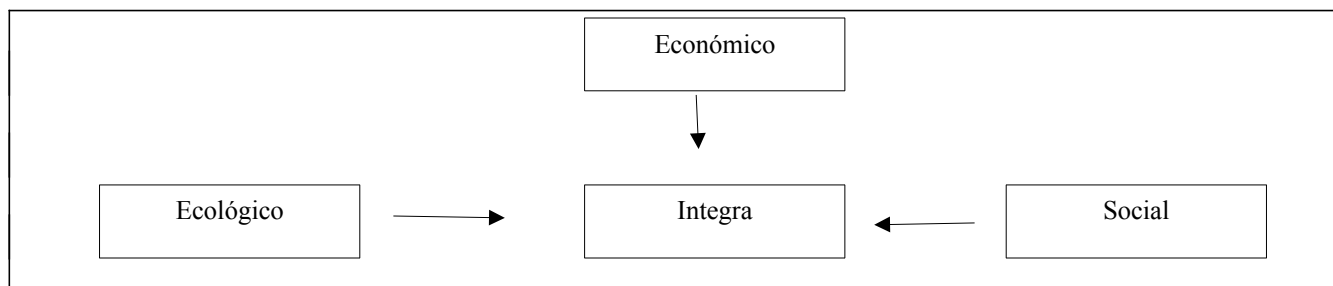


Figura 1- Esquema de desarrollo sustentable
Fuente: Adaptado de Villani (2011)

La inserción de la sostenibilidad empresarial en los procesos de decisión de las organizaciones e instituciones se muestra relevante para la continuidad de sus negocios y de la sociedad. Las actitudes y acciones que involucran sobras y el descarte de materiales envuelven la sociedad y el medio ambiente.

Freeman (2012) defiende que si el proceso de descarte las personas pueden verse afectadas por el desempeño de la organización. Así, toda organización, sea comercio, industria y servicios, debe ponderar la sostenibilidad en sus procesos decisorios e insertarlos en su planificación estratégica, ya que tiene actividades relacionadas con:

- Stakeholders internos: los empleados;
- Stakeholders de la cadena de valor: principalmente proveedores y clientes;
- Stakeholders externos: comunidad, inversores, organizaciones no gubernamentales, organismos públicos, reguladores, prensa, y hasta las futuras generaciones que pueden ser afectadas por el desempeño de la organización hoy (Pereira, Silva y Carbonari, 2012, p.81).

La empresa debe estar preparada para el crecimiento económico y así adecuarse a las normas ambientales, para agregar valor a las prácticas realizadas y consecuentemente producir resultados en el ámbito organizacional. A partir de este principio, las empresas que participan directamente con la comunidad están cada día diferenciándose de las demás y de ese modo, están evolucionando y preparadas para el mercado competitivo.

Y considerando los avances que vienen siendo observados en cuanto a las acciones de desarrollo sostenible en Brasil, el Ministerio de Medio Ambiente, establece normas para reforzar los niveles de concientización y sensibilización de los diversos actores sociales y despertar la necesidad de buscar soluciones de mínimo impacto para las acciones a ser emprendidas.

2.3.1 Economía verde

El Panel Internacional de Cambio Climático (IPCC en inglés) señala que los cambios climáticos y el calentamiento global se debían principalmente a la emisión de gases de efecto invernadero. Entre los acontecimientos climáticos perjudiciales para los seres humanos y el medio ambiente se citan las sequías, inundaciones, huracanes y similares, que se volverán más intensos y frecuentes (Almeida, 2009).

Suavizar / mitigar el calentamiento global significa reducir en escala global la emisión de gases de efecto invernadero. Adaptar el proceso productivo, reducir y / o eliminar las acciones generadoras de los impactos, reducir la demanda de bienes y servicios que generan grandes emisiones, aumentando la eficiencia de los procesos, con medidas adecuadas para reducir los efectos negativos explorando los efectos positivos (Almeida, 2009), son acciones que reducirán los riesgos y la

magnitud de los impactos. Sin embargo, no protegerá a la sociedad de los cambios y sus impactos en marcha.

La gestión eficiente, competente y simultánea y la adaptación de procesos menos agresivos, asociada a cambios individuales y globales, resultará, poco a poco, en acciones de enfrentamiento al calentamiento global, recordando la lección de Charles Darwin al mundo moderno que no es la más fuerte de las especies que sobreviven, ni la más inteligente, sino aquella con mayor capacidad de adaptación y adecuación a los nuevos tiempos.

El World Business Council para el Desarrollo Sostenible (WBCSD) muestra ejemplos de adecuaciones para la economía verde, relacionados con los aspectos individuales, empresariales, regionales, nacionales y globales:

- Individual - Reducción y racionalización del uso del agua;
- Empresarial - Reducción de la vulnerabilidad de proyectos y eventos externos; Capacitación de empleados para la optimización de los procesos; Desarrollo de productos y servicios con menor uso de recursos del medio ambiente; Diversificación geográfica de la cadena de suministro; Diversificación y expansión de la infraestructura;
- Regional - instalación de sistemas de alarmas para eventos extremos, optimización del uso de las aguas; Edificaciones inteligentes; Uso de técnicas de saneamiento con menor uso de agua;
- Nacional - desarrollo de políticas públicas integradas; Creación de plan de contingencia para eventos extremos y enfrentamiento de nuevas enfermedades;
- Global - fortalecimiento de fondos para la financiación de la adaptación e implementación de mecanismos de desarrollo limpio.

De acuerdo con el Reporte *Impacts, Adaptations and Vulnerability*, del IPCC, divulgado en 2007, hay señales de mejora y optimización de los procesos en el sector empresarial, donde las estrategias de adaptación a los impactos de la calefacción reciben atención.

La planificación y la ejecución de estrategias gerenciales, con miras a minimizar los impactos, pueden generar beneficios sustanciales a las empresas, la economía de recursos, una mayor aceptación de los stakeholders y de competitividad empresarial. Tales acciones, además de implantados en los procesos de la empresa, pueden ser extendidas a la cadena de proveedores, a las comunidades del entorno y comunidad en general (Almeida, 2009).

El WBCSD establece tres categorías de acciones de adaptación para minimizar los riesgos empresariales, como el proceso productivo y la cadena de suministros, las asociaciones con las comunidades y la actuación global con la optimización de la información. También identificó acciones que conducen a las oportunidades, como el desarrollo de nuevos productos y servicios para la creación de nuevos mercados a nivel regional y global (Almeida, 2009).

Los riesgos y oportunidades pueden ser analizados por categorías de actividades productivas. Las oportunidades están en el incremento de la demanda de energía, productos y servicios verdes, incluyendo la eficiencia energética. Para las industrias, hay riesgos de quiebra, daños a los activos, reducción de las disponibilidades de agua, causando pérdidas en el proceso productivo, pérdida de ingresos y cierre de unidades, entre otras. Pero las oportunidades pueden estar en productos y servicios con baja intensidad de uso de recursos ambientales, con mayor resistencia a eventos externos y en la optimización de la infraestructura, de los procesos y de los productos (Almeida, 2009).

Las estrategias empresariales de enfrentamiento del cambio climático globales apuntan a una economía de bajo consumo de carbono. La economía verde camina en contra de las prácticas

empresariales, que compiten por precios y no por la calidad, externalizan los costos sociales y ambientales, en busca del menor precio por los materiales suministrados por la naturaleza, sin dar cuenta que la internalización de los costos sociales y ambientales favorecerá la durabilidad de los bienes y procesos. Se necesitará innovación tecnológica y gerencial, con la producción de bienes y servicios con menor uso de materiales, pues el bienestar humano no requiere necesariamente altos niveles de consumo (Almeida, 2009).

Cabe al sector empresarial incorporar procesos de innovación que crean modelos con alto valor social y bajo costo ambiental, además de incentivar a los consumidores a optar por productos más eficientes y sostenibles, retirando del mercado productos insostenibles, caminando hacia formas sostenibles de producción y consumo.

La economía verde valoriza los servicios ambientales y las personas, al crear empleos formales, con salarios dignos. Sin embargo, el empleo verde, demanda formación, aptitud y perfil ocupacional adecuado, un trabajador capaz de entender y practicar técnicas y métodos de prevención y control para entonces conducir la economía mundial a un nivel más elevado de sostenibilidad (Almeida, 2009).

2.3.2 Valores y transparencia

Según Werbach (2010) cuando las empresas transmiten de forma positiva sus valores a la sociedad, tiende a tener una larga vida. La transparencia puede hacer una empresa mejor en su interior. Los principios éticos deben componer la base de la cultura empresarial orientando en la conducción y fundamentación de su misión social.

Los valores empresariales deben superar los procesos y la conciencia de que el impacto de las actividades empresariales va más allá de sus paredes es el primer paso para un cambio y adecuación a una nueva realidad. Dado que el proceso productivo extrae del medio ambiente los insumos necesarios para la producción de alimentos y bienes de consumo, devuelve a él los residuos sólidos, efluentes líquidos y gases nocivos en grandes cantidades, generando contaminación ambiental y agotamiento de los recursos naturales. Además de la cuestión productiva otra gran preocupación es la voluminosa capa de la población que sufre con la pobreza y la exclusión social.

Así la actuación ciudadana y sustentable viene en beneficio a toda la sociedad y deben producir valor para sus stakeholders. La sostenibilidad no implica contrarrestar los objetivos empresariales, es una manera de hacer negocios, un enfoque que produce más valores accionistas, incorporando nuevas tendencias y oportunidades. La actuación ciudadana y responsable debe considerar la implicación y los impactos de las actividades sobre todos aquellos con los cuales se relaciona stakeholders.

La adopción de una postura con valores sólidos y transparentes fortalece la legitimidad social de las actividades y en este contexto, la característica de una empresa sostenible integró aspectos del triple bottonlineo trípode de la sostenibilidad que involucra los aspectos económicos, ambientales, y sociales que lleva a la empresa A concentrar sus esfuerzos en la búsqueda de la ecoeficiencia.

2.3.3 Ecoeficiencia

La sociedad extrae del medio ambiente los insumos necesarios para la producción de alimentos y bienes de consumo. En el proceso productivo se generan residuos sólidos, efluentes líquidos y gases nocivos resultando en la contaminación ambiental y agotamiento de los recursos

naturales. Es necesario gestionar los residuos para aumentar la ecoeficiencia empresarial (Barbieri, 2016).

Además de la cuestión productiva otra gran preocupación es la voluminosa capa de la población que sufre con la pobreza y la exclusión social. La ecoeficiencia para las empresas representa mayor rentabilidad con menor uso de materia prima y el resultado de esta práctica refleja directamente en el medio ambiente, del cual se utilizarán los recursos de forma más inteligente y sustentable, afirman Barbieri (2016) y Vellani (2011).

La búsqueda de resultados ecológicamente correctos se convierte en un factor de competitividad en las empresas. La reducción de los costos y la mejora ambiental están intrínsecamente vinculadas a la adopción de acciones preventivas, correspondiendo a la administración decidir sobre sus resultados. La integración del desempeño económico con el ecológico resulta en la ecoeficiencia (Vellani, 2011).

La ecoeficiencia es la situación en la que las organizaciones comprueban que "pueden producir bienes y servicios más útiles mientras simultáneamente reducen los impactos ambientales negativos de consumo de recursos y costos" (Hansey y Mowen, 2000, p.565), incorporando el desempeño económico y ambiental con la reducción de los impactos además de mejor aprovechar los recursos naturales. Es una filosofía de gestión, basada en esfuerzos incesantes para producir más y mejor con menos uso de recursos naturales (WBCSD, 1992) tiene como objetivo hacer que la economía crecer cualitativamente, no cuantitativamente y busca producir bienes y servicios a precios competitivos, reduciendo el impacto ambiental y el consumo de recursos naturales, a un nivel mínimo y equivalente a la capacidad de sustentación del planeta (Almeida, 2007).

El término ecoeficiencia pasó a ser utilizado después de los años 1980, cuando grandes corporaciones pasaron a sufrir presiones ambientales para que además de aumentar su rentabilidad,

redujeran los impactos ambientales en la misma proporción y simultáneamente. En 1992, el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), que quiere decir el Consejo Mundial de Negocios para el Desarrollo Sostenible, trajo el concepto de capacidad de sustentación estimada del planeta y sugirió la implantación de la Agenda 21 - principal documento elaborado en la Rio-92 que propone el desarrollo sostenible de las sociedades. Desde entonces, se ha convertido en sinónimo de una filosofía de gestión que lleva a la sostenibilidad. El concepto definido por el propio mundo de los negocios, su popularización fue rápida entre los gestores de todo el mundo.

Para Almeida (2007) la ecoeficiencia prioriza la responsabilidad ambiental en la producción de los bienes y servicios, además de la reducción de los costos empresariales y de los riesgos de accidentes. Los costos ambientales, una parte de los costos operativos de la empresa, pueden ser reducidos y / o eliminados, a través de una mayor eficiencia y control en la gestión. Según el autor, la ecoeficiencia trabaja con los factores que causan los impactos negativos en el ambiente, que implica la necesidad de aumentar la eficiencia ambiental de las empresas, con la reducción de sus costos y acciones que propicien la conservación, el manejo sostenible y el uso de los ecosistemas y sus servicios (Almeida, 2007).

El Consejo Empresarial Brasileño para el Desarrollo Sostenible (CEBDS, 2016) enumera los principales elementos de la ecoeficiencia, que son:

- Reducir el consumo de materiales con bienes y servicios;
- Reducir el consumo de energía con bienes y servicios;
- Reducir la dispersión de sustancias tóxicas;
- Intensificar el reciclado de materiales;
- Maximizar el uso sostenible de los recursos renovables;
- Prolongar la durabilidad de los productos;

- Agregar valor a los bienes y servicios

La ecoeficiencia pasa a ser la oferta de bienes, productos y servicios con precios competitivos en atención a las necesidades de los clientes y que contribuyan en la mejora de la calidad de vida, con la minimización de los impactos y del uso de recursos, dirigiendo las inversiones y el desarrollo de tecnologías para minimizar el consumo de recursos no renovables, eliminando el desperdicio y la contaminación (Gomes, 2013). Muchos de estos servicios son esenciales para la supervivencia del hombre, otros aumentan el bienestar humano (Almeida, 2007).

A partir de estos conceptos, las inversiones, antes consideradas superficiales, se vuelven esenciales en vista de la creciente concientización ambiental, de la competencia acertada y de la necesidad de mejorar el nivel de eficiencia productiva. Las inversiones realizadas en el control y la medición de los gastos ambientales son mínimos cuando se evalúan los beneficios resultantes y así, las cuestiones socioambientales están más cerca de las estrategias empresariales, pues gestionar la ecoeficiencia consiste en analizar el ciclo de vida de productos y procesos, para evaluar el ciclo de vida de productos y procesos, para evaluar su desempeño económico y ambiental (Vellani, 2011).

2.4 Consciencia frente a la preservación: la educación ambiental

La concientización indica una actividad educativa por la liberación, que tiende a desmitificar la realidad y preparar al hombre para actuar en la praxis histórica, acción cultural para la liberación basada en la toma de conciencia emerge como intencionalidad y el hombre no es sólo un recipiente de cultura, pero en el contexto dialéctico con la realidad, se convierte en un creador de cultura en un proceso de conocimiento activo, auténtico y dinámico.

Lopes, Bispo y Carvalho (2009, p.7) “Atribuyen a la ausencia de la conciencia ambiental a métodos desfasados en la educación y "sin sintonía con la realidad" que generan ciudadanos con hábitos y comportamientos perjudiciales para el medio ambiente, no porque pretendían ser así, y sí, por no haber recibido una educación con métodos de acuerdo con la realidad.

De acuerdo con la Ley 9.795 / 99, se entiende por educación ambiental los procesos por medio de los cuales el individuo y la colectividad construyen valores sociales, conocimientos, habilidades, actitudes y competencias dirigidas a la conservación del medio ambiente, bien de uso común que es esencial para la sana calidad de vida y su sostenibilidad (Ley 9.795, 1999, art. 1).

Concientizar implica el desarrollo del conocimiento de un caso particular, para mostrar la verdad a través del diálogo y hacer pensar en una cuestión particular. Una persona se concientiza de algo cuando lo imagina, es decir, cuando es consciente de las consecuencias de sus acciones. De ser consciente de algo significa vivir conscientemente, o sea, investigando las profundidades de la realidad, conociendo sus puntos ciegos, así considerados los riesgos y las fallas imprevistas (Werbach, 2010).

Y la concientización es un proceso cíclico. Existe la necesidad de completar un ciclo que comienza en casa y refleja en las empresas (Werbach, 2010) con la educación y concientización de prácticas correctas con relación al medio ambiente y las acciones sociales, después ese desarrollo se sumado al conocimiento adquirido en el ambiente escolar. Los dos pueden construir acciones prácticas y profundas que llevan a resultados concretos y duraderos y que para Werbach (2010, p.90) son los "desafíos que cualquier nuevo programa trae a la empresa es estimular a las personas a participar".

Las acciones sólo dar resultados si se alinean a estudios y practicadas eficaces que lleven a los sujetos practicantes a percibir el ambiente y la necesidad de actuar en favor de él y que tales acciones,

cuando pensadas en el colectivo resultan en beneficios a todos, así cuando se involucran conscientemente de forma crítica es que se encuentren soluciones a los problemas (Kindel, Silva y Sammarco, 2006), pues "una empresa saludable encara el contenido de sus errores como oportunidad para mejorar". (Werbach, 2010, p.92)

Para Mowday, Porter y Steers (1982, p. 27) el compromiso se define como "la fuerza relativa de la identificación e implicación de un individuo con una organización particular". Es claro entonces que la educación ambiental es el instrumento de interconexión de las dimensiones en una visión compleja, permitiendo que se haga esta costura con la sostenibilidad y se camine hacia el cambio de paradigma.

Para que esto ocurra es necesario un cambio muy grande en los patrones de producción y consumo, de implantación de tecnologías limpias para reducir los residuos en la fuente y de un sistema de Educación Ambiental que, junto a otros factores, actúe para esta transformación. (Zanetti, 2006).

2.4.1 La educación ambiental

El ser humano de la era del conocimiento sabe que la educación ambiental debe formar parte de la vida cotidiana. Corroborando con esa idea, en sus estudios Carvalho (2004) explica que surge como respuesta a la preocupación de la sociedad con el futuro de la vida. "Esta apuesta en la formación de nuevas actitudes y posturas ambientales como algo que debería integrar la educación de todos los ciudadanos, pasó a formar parte del campo educativo propiamente dicho y de las preocupaciones públicas". (Carvalho, 2004, p.54)

Al corroborar para la ampliación del debate en torno a la cuestión, Castro (2008) recuerda que la educación ambiental surgió con el objetivo de despertar al ser humano en relación a las cuestiones que involucran un cambio de comportamiento orientado a la protección de la naturaleza como un todo. Según el autor es el conocimiento que oportuniza ese cambio de comportamiento.

Siguiendo en esta línea de pensamiento, sería correcto decir que la EA tiene por objetivo "provocar en el cotidiano de las personas la reflexión y la acción sobre su papel y su responsabilidad en lo que se refiere a la producción, disposición y destino final de los residuos generados. (...)." (Mallmann, 2000, p.4)

Los Parámetros Curriculares Nacionales (PCNs), en lo que se refiere al medio ambiente ya la salud, informan que la preocupación por relacionar la educación con la vida y alumnos y el medio donde vive no es reciente, es de la década de 1960, sin embargo, es a partir de la década de 1970, con el surgimiento de los movimientos ambientalistas que surge la expresión Educación Ambiental (Brasil, 2001).

Según los PCN, la expresión sirve:

[...] para calificar iniciativas de universidades, escuelas, instituciones gubernamentales y no gubernamentales por las que se busca concientizar sectores de la sociedad para las cuestiones ambientales. Un importante paso fue dado con la Constitución de 1988, cuando la Educación Ambiental se convirtió en exigencia constitucional a ser garantizada por los gobiernos federal, estatales y municipales (Brasil, 2001, p. 26).

De acuerdo con esta visión, el estudio de la educación ambiental es como un corazón pulsante, porque los temas estudiados son vivos y reales, y de una forma u otra todos los seres

humanos serán alcanzados por estos movimientos que forman y hacen que el mundo ocurra, porque todos forman parte del mismo.

Por lo tanto, una nueva visión se hace necesaria, pues la educación ambiental tradicional (conjunto analítico de una realidad abstracta y universal), no puede explicar el mundo actual: organización espacial resultante de un modo capitalista de producir aceleradamente.

Según Martins (2002) en la sociedad capitalista, esa organización está determinada por el ritmo de acumulación del capital y por un continuo proceso de modernización que se transforman constantemente.

En sus actividades diarias, las personas establecen relaciones entre sí y con la naturaleza. A través de esas relaciones, el espacio se va modificando, a medida que el ser humano, al suplir sus necesidades básicas de supervivencia, produce cultura y pasa a dominar técnicas que le posibilite ampliar, cada vez más los conocimientos sobre las diferentes formas de explotación de la naturaleza.

Como las sociedades producen el espacio según sus intereses determinantes en diferentes momentos históricos, el ambiente en que vivimos está sujeto a transformaciones ocurridas a través de los tiempos: es el espacio histórico, cuyas formas reflejan las relaciones sociales, económicas y culturales dominantes. Por eso, la educación ambiental entiende el espacio como construcción humana, en que sociedad y naturaleza se interconectan por el trabajo social (Martins, 2002).

Se observa entonces que la Educación Ambiental que se desea, no debe ser centrada en la descripción empírica de los paisajes, tampoco pautada exclusivamente en la interpretación político-económica del mundo; pero que trabaje tanto las relaciones socioculturales del paisaje como en los elementos físicos y biológicos que de ella forman parte, investigando las múltiples interacciones entre ellos.

En este contexto, se deben buscar alternativas, permitir la reflexión y crear posibilidades de llegar a la síntesis de la amplitud del conocimiento, para hacer de la educación ambiental un estudio que prepare para la vida, que oriente al individuo en su situación de ciudadano que habita una Parte de este espacio terrestre y que se construye en su día a día en sociedad.

Es decir, la educación ambiental es el instrumento de interconexión de las dimensiones en una visión compleja, permitiendo la asociación con la sustentabilidad, y se dirige hacia el cambio de paradigma. Y para que esto ocurra es necesaria una alteración en los patrones de producción y consumo, de implantación de tecnologías limpias para reducir los residuos en la fuente y de un sistema de educación ambiental que, junto a otros factores, actúe para esta transformación (Zanetti, 2006)

Y la colaboración de toda la sociedad, en el sentido de cambiar esta realidad, no pudiendo ser concebida de forma aislada, sino dentro de un todo, siendo entendida entonces como "[...] educación para la ciudadanía, configurándose como elemento determinante para la consolidación de sujetos ciudadanos, debiendo ser, por encima de todo, un acto político orientado hacia la transformación social"(Jacobi, Oliveira y Casino, 1998, p.11).

Así, ser ambientalmente responsable pasa necesariamente por el cambio de hábitos y adopción de medidas que preservan la naturaleza, contribuyan a la disminución del impacto ambiental y garanticen la sustentabilidad de la vida en el planeta.

El Manual de Gestión de Residuos de Servicios de Salud (Brasil, 2006) señala que es sabido que el logro de las metas de mejora propuestas para el planeta necesita la concientización de todos, qué cambios serán posibles sólo a través de una educación comprometida, consciente, a través del concepto de responsabilidad compartida, que "[...] es la responsabilidad que se extiende a los diversos

actores, personas físicas y jurídicas, autoras y coautoras de conductas o actividades perjudiciales para el medio ambiente" (Brasil, 2006, p.34).

En la obra de Sachs citado por Castro y Oliveira (2009), Costa (2012) se establecen cinco dimensiones principales de la sostenibilidad, a ser consideradas en el planeamiento, siendo:

Sostenibilidad social: la construcción de una civilización que permita una distribución más equitativa de la riqueza es el principal objetivo de la sostenibilidad social, es decir, reducir las diferencias sociales;

- Sostenibilidad económica: una mejor asignación de recursos y una gestión eficiente por un flujo regular de la inversión pública y privada. La eficiencia económica debe medirse con el equilibrio macrossocial y no con la rentabilidad microempresarial;
- Sostenibilidad ecológica: está destinada al uso consciente de los recursos agotadores y su sustitución por recursos renovables, usar de forma limitada los ecosistemas y minimizar su deterioro. Promover técnicas de producción limpia, racionalizar el consumo, preservar fuentes de recursos naturales y energéticos, crear programas de protección ambiental;

Sostenibilidad espacial / geográfica: se entiende cómo evitar la concentración geográfica de poblaciones, de actividad y de poder. Buscar un equilibrio rural-urbano que posibilite la sustentabilidad espacial;

- Sostenibilidad cultural: defensa de los procesos que respeten cada ecosistema, de cada cultura, de cada local, de cada comunidad, promoviendo soluciones y valorización de las diferentes culturas.

Así, entre los aspectos prioritarios del desarrollo sostenible, se tiene la satisfacción de las necesidades básicas de la población como educación, alimentación, salud, ocio, etc., y solidaridad con las generaciones futuras, siendo entendida como la preservación del medio ambiente en el presente visando condiciones saludables de vida para las generaciones futuras (Martins e Mendes, 2003).

Las prioridades del desarrollo sostenible incluyen la toma de conciencia por parte de la población de la necesidad de adoptar medidas para el desarrollo sostenible (Costa, 2012). En este escenario, gana mayor importancia la necesidad de que cada uno haga su parte, por pequeña e insignificante que pueda parecer, a fin de establecer una armonía social a la población y que ofrezca la posibilidad de conquista de la ciudadanía a través de empleos, seguridad social y respeto A la diversidad cultural (Martins e Mendes, 2003).

Por extraño que pueda parecer, la pobreza y la miseria de un pueblo, en contraste con la riqueza y el desarrollo económico, contribuyen de forma significativa al aumento de los desequilibrios ambientales (Costa, 2012).

2.5 Ciudadanía y la construcción del concepto de responsabilidad corporativa

Porter y Kramer (2006) evidencian que dentro de las actividades de Responsabilidad Social Corporativa de una empresa, son especialmente relevantes los programas de acción social, por el impacto que tienen sobre la reputación de la empresa.

Las empresas deben proponer y planificar estratégicamente sus acciones sociales, a fin de lograr que sus inversiones redunden realmente en beneficio de los accionistas, pues hay una nueva realidad para las organizaciones (Porter y Kramer, 2006). Esta planificación se hace necesario ya que en ocasiones la relación causa efecto entre inversión social y resultados empresariales pueden no producirse.

De esta forma, la Responsabilidad Social Corporativa comienza a concebirse como un asunto de principios y deberes éticos. La empresa moderna comprende que no puede limitarse únicamente a

ofrecer bienes y servicios, sino que debe incrementar sus objetivos considerando las necesidades e intereses de los grupos sociales que pueden verse afectados por la actuación empresarial.

De nuevo se recurre a Porter y Kramer (2006) que apuntan a una nueva realidad, en la que cada vez más se exige a las empresas niveles más altos de responsabilidad social. Cuanto más la empresa dona, más expectativas se crean. Sintiéndose obligadas a hacer caridad, pocas empresas descubrieron cómo hacerlo de forma eficaz. A partir de esta nueva realidad, los autores también cuestionan de quién debe ser la responsabilidad, de la empresa o de sus accionistas, o por extensión de sus empleados como partícipes personas físicas.

La Responsabilidad Social Corporativa se vuelve cada vez más importante en el contexto organizacional, según los conceptos explicitados por los autores Porter y Kramer (2006) las acciones de responsabilidad social necesitan ser incorporadas a las empresas para que alcancen el éxito deseado. Sin embargo, es necesario que estas organizaciones se apropien de valores éticos para tratar las cuestiones de responsabilidad social. El cuestionamiento transita en torno de las responsabilidades que los gestores deberían asumir, así como la definición inicial de Responsabilidad Social se refería a la obligación de los gestores para seguir políticas, decisiones y líneas de acciones deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad.

Es importante resaltar, siguiendo la concepción de los autores anteriormente citados, que el valor estratégico de la filantropía no es anulado por la posibilidad de que otras empresas copien. Siguen siendo sustancias porque: seguirá llevando una ventaja a la competencia; Se comparte los costes; Los líderes estarán mejor posicionados y cosecharán más frutos; Cuanto más aumente la demanda de un segmento, más la empresa se beneficiará con la mejora del contexto y aumentará el prestigio de las empresas. En la actualidad, cuatro elementos para la generación de valor social por fundaciones filantrópicas: selección de los mejores beneficiarios, señalización para los demás

financiadores, mejora en el desempeño de los beneficiarios y avance del conocimiento y de la práctica en el sector. Todo esto lleva a la empresa a un ciclo virtuoso de desarrollo. Por lo tanto, no hay ninguna contradicción intrínseca a mejorar el contexto competitivo y tener un compromiso sincero con el avance de la sociedad.

Según Martin (2005), las empresas que quieren transformar sus organizaciones en mejores empresas ciudadanas enfrentan obstáculos, pues la RSC está sujeta a las presiones del mercado. De esta forma, la matriz de la virtud revela las fuerzas que limitan su oferta y propone iniciativas capaces de aumentarlas. Además, no siempre los intereses de los accionistas y los de la comunidad son antagónicos. Mantener el negocio en el lado de la ley es conducta deseable e imbuida con Responsabilidad Social Corporativa.

La responsabilidad empresarial en cualquier momento parece ser insuficiente si se piensa que las empresas no son mejores de lo que deberían ser, ya que la oferta de virtud empresarial tiende a crecer en paralelo con el desarrollo económico. Hay un lado positivo en ello, pues nivelar por encima los fundamentos del mundo civil como la inducción a los fabricantes a tomar iniciativas que nunca emprenderían por cuenta propia, pero también puede nivelar por debajo, a ejemplo de la NIKE. Sin embargo, la falta de estándares globales de fundamentos civiles puede invalidar intentos de acciones colectivas en la cuestión estructural (Martin, 2005).

Kelm y Rentz (2011), también cuestionan si existe la posibilidad de responsabilizar socialmente a las organizaciones en función de la toma de posición (o no) o sobre cuestiones socioambientales que para muchas de estas organizaciones, pueden incluso huir al foco de su negocio primero. Con respecto al concepto de responsabilidad éste puede significar la atribución de una acción a un agente, considerado su causante o puede ser analizado partiendo de la premisa de libertad limitada. De esta forma, los autores plantean la legitimidad y el isomorfismo (isomorfismo

competitivo - fruto de presiones del mercado y de las relaciones de intercambio entre los integrantes de un determinado espacio organizacional y el isomorfismo institucional, que incluye la lucha por legitimidad como factores vitales para la supervivencia de las organizaciones) como factores vitales para la supervivencia de las organizaciones. Desde la perspectiva del isomorfismo se pretende que al final del ciclo, la empresa habrá convertido una acción que inicialmente era considerada estratégica, para una postura habilitadora, estableciendo así un nuevo punto de competitividad. No hay duda de que el tema de la responsabilidad social corporativa ha ganado espacio en los últimos años y ha influido efectivamente en la concepción de estrategias empresariales debido a su influencia en las acciones de consumo.

Ferreira, Ávila y Faria (2010) entonces exploran la premisa teórica que los consumidores perciben un beneficio adicional (sentirse bien por estar haciendo bien a los demás) en la compra de productos que estén asociados a la RSC, una vez, que cada vez más los consumidores están confiriendo a las empresas una responsabilidad de generación de cambios en la sociedad que va más allá de generar el beneficio, ya que RSC engloba también la noción de que la empresa es responsable de los efectos de sus actividades dentro y fuera de ella y debe mantener un permanente compromiso con el bienestar de sus empleados, clientes, comunidad local y de la sociedad, lo que engloba la preocupación por la preservación del medio ambiente.

En la búsqueda de satisfacer el mercado, las empresas tienen la oportunidad de atender el deseo de su consumidor de hacer el bien a los demás, mientras alcanzan sus objetivos de negocios y, al mismo tiempo, dan su propia contribución a la sociedad.

2.6 El análisis de la mejoría

Evaluar los impactos ambientales en términos operacionales y financieros establece el estadio para la etapa final, que es la de investigar medios para reducir los impactos ambientales de las alternativas que se están considerando y analizadas. Esta etapa se centra en el sistema de control de una organización. Mejorar el desempeño ambiental de productos y procesos existentes es el objetivo global de un sistema de control ambiental.

La mejora del rendimiento ambiental sugiere que una estructura de mejora continua sea apropiada para el control ambiental. Un sistema de gestión ambiental basado en estrategias proporciona una estructura operativa para mejorar el desempeño ambiental. El conocimiento de las causas y orígenes de las actividades ambientales es fundamental para el cambio del proyecto del proceso y necesario para la mejora del desempeño ambiental.

Minimizar el uso de materiales peligrosos y de liberación de residuos sólidos, líquidos y gaseosos, maximizando las oportunidades de reciclaje, son factores importantes para la actividad de industrialización y fabricación.

El aprovechamiento del descarte de un proceso productivo en materia prima para otro, es la base de la teoría de la producción limpia. Cualquier proceso productivo podrá generar residuos y pérdidas. La contaminación industrial, en la mayoría de los casos, representa una pérdida en materia prima e insumos, es decir, gran parte de los procesos productivos genera materiales residuales, que necesitan tratamiento o readecuación para prevenir la contaminación y la acumulación en el punto final de la descarga del proceso.

La Figura 2 muestra algunos pasos a seguir para obtener resultados positivos para el problema de la generación de residuos.

Figura 2. Prioridades en el gerenciamento de residuos
Fuente: adaptado de Juras (2000).

Las soluciones pueden ser elegidas e integrar las diferentes fases del proceso de gestión de residuos industriales, como las citadas:

- a) Prevención: orientar para la modificación del proceso y / o el aumento del ciclo de vida.
- b) Minimización: orientar para reducir el volumen y el impacto de los residuos.
- c) Reaprovechamiento: orientar para reintegrar el ciclo de vida de los productos, a través del reaprovechamiento, reutilización y / o reciclaje parcial el total del producto.
- d) Tratamiento: orientar para reducir o eliminar la peligrosidad, inmovilizando componentes, reduciendo el volumen de residuos que después de tratados todavía requieran cuidados especiales.
- e) Disposición: orientar para contener los efectos de los residuos, manteniéndolos bajo control y en lugares apropiados.

La adecuación a la legislación existente, la responsabilidad social de las empresas y la

presión de la población exigen un análisis mayor de las tecnologías aplicadas para el descarte de los residuos, practicando acciones de sustentabilidad.

2.6.1 Gestión de riesgos medioambientales

La competitividad, la turbulencia económica y la inestabilidad insertan en la vida de las empresas contemporáneas la necesidad de la gestión de riesgo ambiental. Son aspectos como el litigio, la gestión responsable, la reputación, la satisfacción de los inversores, que pueden impactar en el proceso de continuidad de las empresas. Estas presiones son originarias de diversas fuentes, como los instrumentos regulatorios, los stakeholders y la propia preocupación de la empresa con la competitividad de su negocio (Gomes, 2013).

Los problemas ambientales han afligido a las empresas y entre tantos dilemas, cómo mantenerse competitivo y aún atender las demandas sociales y ambientales. Es necesario hacer el riesgo una oportunidad, explorar nuevos segmentos de negocios sostenibles, a partir de las nuevas necesidades del mundo moderno, para que la empresa pueda perpetuarse en sus actividades. Según la revista *TheEconomist* (2010), gran parte de las empresas no tienen implantadas políticas de gestión de los riesgos ambientales.

Los riesgos ambientales pueden ser encontrados en las diversas formas empresariales e incluso actividades no ejercidas directamente por la empresa, pero integrantes de su cadena productiva, pueden representar riesgos ambientales. Así, la empresa debe estar atenta a su negocio, estar atenta a la imagen de sus dirigentes y también en los negocios de sus clientes, de sus proveedores, pues las acciones de éstos pueden impactar directamente en su marca (Gomes, 2013), pues "además de garantizar la observancia en sus operaciones, divulgar ampliamente la información dentro y fuera de

la empresa."(Werbach, 2010, p.95)

2.7 Ciclo de vida del producto

El análisis del ciclo de vida (ACV) para Betemann (1998) está conceptualizado como el proceso de analizar todos los insumos y resultados que determinan el impacto ambiental total de la producción y utilización de un producto. Cuantifica el uso total de los recursos y de las emisiones en el aire y en la Tierra.

En las primeras etapas del ciclo de vida del producto, está diseñado de forma personalizada y producido en lotes pequeños, en una fábrica enfocada en el proceso de fabricación a pedido. Conforme a la colocación de Gaither (2001), a medida que la demanda del producto crece, el tamaño y el volumen del lote del producto se elevan y la estrategia de posicionamiento se desplaza hacia un diseño de producto estándar, hecho en fábricas enfocadas en el producto y para la acción. Finalmente, cuando la demanda del producto alcanza su madurez, el producto de alto estándar se produce continuamente.

En las estrategias operativas de la empresa deben estar incluidos los planes para modificar los sistemas de producción, cuando el producto alcanza la fase de maduración, proporcionando capital y tecnología necesarios para sostener los cambios.

Una evaluación constante de los costos ambientales del producto puede revelar la oportunidad de mejorar la gestión del producto (Costa, 2012). La gestión del producto es la práctica de diseñar, fabricar, mantener y reciclar productos para minimizar los impactos ambientales (Hansen y Mowen, 2000). Identificar las consecuencias medioambientales de un producto durante su ciclo y la búsqueda de oportunidades para obtener mejoras medioambientales Evaluación del ciclo de vida una actividad

fundamental en la empresa, asignando costos y beneficios para las consecuencias y mejoras ambientales.

Las empresas industriales de la actualidad enfrentan el desafío de producir con bajos costos, calidad, desarrollar productos y servicios que atiendan a las necesidades de la vida moderna y aun así respeten el medio ambiente. Hoy no basta con ser buen gestor, hay que ajustar las técnicas administrativas a la cuestión ambiental (Greuel y Cadore, 2007).

Las motivaciones para que las empresas adopten en su línea de producción medidas que garanticen el uso racional de los recursos naturales son muchas y van desde su aceptación en el mercado (ya que muchas empresas y proveedores sólo negocian con quienes tienen certificación ambiental), hasta la fijación de metas de políticas ambientales que apunte a la concientización de todos los colaboradores (Greuel y Cadore, 2007).

El conjunto de medidas adoptadas en la preservación del medio ambiente, además de garantizar el desarrollo sostenible, refleja en el aumento de la productividad y disminución de los costos operativos, mejora de la imagen de la empresa ante la opinión pública y mejores resultados financieros (Greuel y Cadore, 2007).

2.8 La producción más limpia como nueva alternativa de producción

De acuerdo con Greuel y Cadore (2007) actualmente, incluso con acciones tímidas o aisladas, se constata que la clase empresarial está tomando ciencia de la importancia de producirse respetando la capacidad ambiental del planeta. Muchos empresarios ya no producen de forma acelerada y sin criterios, preocupados sólo por el aumento de la producción. Hay una planificación y no se va a la línea de producción sin antes analizar la posibilidad de utilizar materiales sintéticos en lugar de los recursos naturales.

Según Greuel y Cadore (2007) debido a las leyes y regulaciones y también la importancia comercial de tener una imagen ecológicamente correcta ante los consumidores y la sociedad en general, las empresas, adoptan cada vez más el concepto de Producción más Limpia.

En el año 1989, el concepto de Producción más Limpia (P + L) fue desarrollado por el UNEP en París en 1989 y desde entonces se ha expandido, Que a este concepto inicial se incorporó una orientación de desarrollo sostenible, con "tres propósitos distintos, pero complementarios: lanzar menos contaminación al medio ambiente, generar menos residuos y consumir menos recursos naturales, principalmente los no renovables" (Barbieri, 2016, p.99).

Para Glavic y Lukman citados por Perrettiet al. (2007, p.3) la producción limpia es "un enfoque sistemático organizado para actividades de producción, que tiene efectos positivos en el medio ambiente". Además, se complementa con afirmar que "estas actividades incluyen minimizar el uso de recursos, una ecoeficiencia mejorada y una reducción en la fuente, con el objetivo de mejorar la protección del medio ambiente y reducir los riesgos para los organismos vivos".

La producción más limpia es estimulada y difundida por el PNUMA y por el Reino Unido funciona en más de 50 países, incluso en Brasil, desde 1995, donde es coordinado por el Centro Nacional de Tecnologías limpias del SENAI de Rio Grande do Sul (CNTL), ubicado en la Federación De las Industrias del Estado de Rio Grande do Sul (FIERGS), junto al Departamento Regional de Rio Grande do Sul del Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial (SENAI-RS).

Para el CNTL la producción más limpia, significa la "aplicación continua de una estrategia económica ambiental y tecnológica integrada a los procesos y productos, a fin de aumentar la eficiencia en el uso de materias primas, agua y energía a través de la no generación, minimización o reciclaje de residuos generados. " (CNTL / SENAI-RS, 1999, citado por Barbieri, 2016, p. 100).

Castro y Oliveira (2009, p. 11) destacan que "La Producción más Limpia puede ser vista como una herramienta de gestión ambiental que permite el análisis de todo el proceso productivo de la empresa y así detectar los puntos donde ocurren pérdidas de material", una actitud que contribuye a la disminución de los residuos lanzados en el medio ambiente, complementan los autores.

En la Producción más Limpia se tiene el cambio de embalajes de cartón por bombonas plásticas retornables; cooperación entre el sector de compras y el sector de producción. Reducción del 100% en la emisión de residuos y ahorro del 5% en el costo del adhesivo (SENAI-RS, 2003), (Barbieri, 2016).

Como todo proceso, la implantación de la producción más limpia requiere un monitoreo a través de indicadores ambientales y de proceso y presenta resultados relacionados con el uso eficiente de recursos, trayendo un completo entendimiento del sistema de gestión de la empresa (Perrettiet al., 2007), contribuyendo para elevar la competitividad de la industria brasileña a través de la ecoinnovación (CNTL / SENAI-RS, 2016).

2.8.1 El proceso de implementación del proceso de producción más limpio y sus beneficios

El proceso de implantación de la PML se organiza en etapas distintas que incluyen diagnóstico, balance de material y energía, síntesis y finalmente la implantación (Barbieri, 2016). Sin embargo, el paso inicial de todo el proceso es el entendimiento de que esta forma de producción traerá grandes resultados a toda cadena productiva y que el medio ambiente será preservado. La producción utilizando cada vez menos recursos naturales representa la posibilidad de inserción y conquista de nuevos mercados, pues algunas empresas sólo adquieren equipos de proveedores que poseen certificación ambiental y compromiso con la forma con que sus productos son fabricados.

Producir con rentabilidad e invertir en la conservación ambiental pueden parecer

antagónicos e impracticables, pero se debe entender que esta tarea no es exclusiva de la gerencia. Aunque cabe la alta administración, la responsabilidad de la iniciativa en este proceso.

Toda la empresa debe movilizarse en el sentido de entender la importancia del desarrollo sostenible, que es un modo de producir sin agredir el medio ambiente y permitir que el mismo sea utilizado con el menor nivel posible de agresión al medio ambiente (Leite, 2016), Donde los colaboradores de la empresa deben tener claridad respecto a la importancia de producirse respetando el ambiente en que se vive, siendo de la gerencia la función motivadora y responsable por la divulgación de la nueva manera de producir en el siglo XXI (Greuel y Cadore, 2007).

Otro punto señalado por los diversos autores analizados en este estudio, es que con tantas tecnologías disponibles actualmente, productos de calidad ya no son diferenciales. Hoy las empresas conquistan consumidores porque se identifican con sus clientes, muestran personalidad y practican la nueva tendencia que se está formando en diversos mercados, llegar a ser ecológicamente correctas, desarrollando productos con calidad, precio bajo y respeto al medio ambiente. Observan los diversos niveles de producción y modifican sus productos para eliminar y reducir su toxicidad. Las modificaciones son constantes y se realizan por la revisión de sus especificidades, minimizando la generación de residuos en la fuente del proceso productivo o en el descarte mejorando su manufacturabilidad (Barbieri, 2016).

Los niveles de intervención son de acuerdo con los cambios necesarios en el proceso y objetivan reducir todo tipo de pérdida en el proceso, que de acuerdo con Barbieri (2016) se realizan por medio de:

- Buenas prácticas operativas (housekeeping): conjunto de procedimientos operativos, como la planificación de la programación de la producción, gestión de stocks, organización del lugar de trabajo, limpieza, organización y mantenimiento de los equipos, evitando accidentes. La

recolección y la separación de residuos, la estandarización de las actividades, además de la elaboración de manuales y entrenamientos y capacitación del personal.

- Sustitución de materiales: evaluación y selección de materiales para reducir o eliminar materiales peligrosos o tóxicos. Reemplazar materias primas y materiales auxiliares con menor generación de residuos.

- Cambios en la tecnología: innovación e implantación de nuevas tecnologías para reducir las emisiones y las pérdidas.

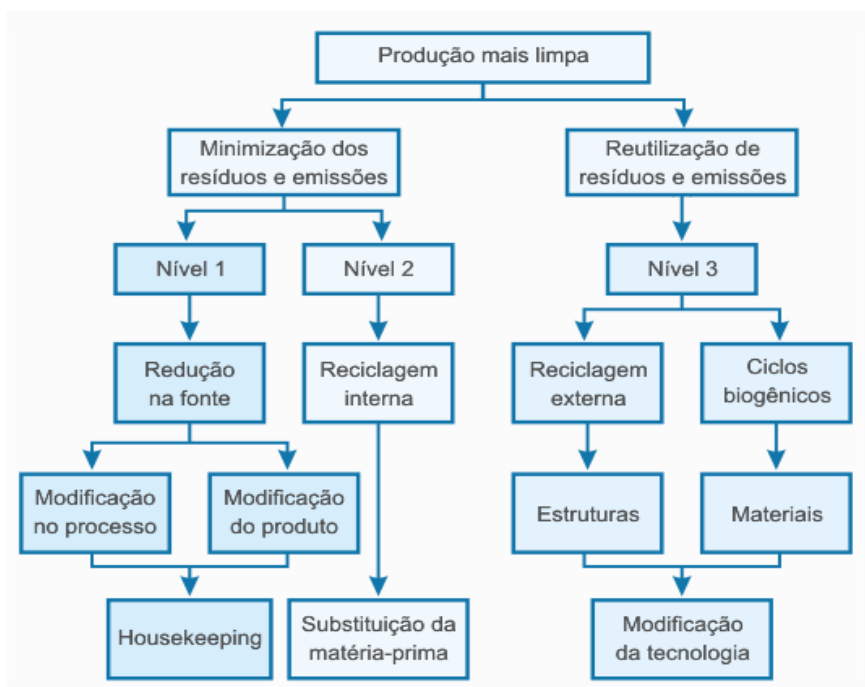


Figura 3. Principios jerárquicos da P+L – ¿Qué hacer con los residuos?

Fuente: Adaptado de Unido (2001, p. 11 citado por Nascimento, Lemos y Mello, 2008, p. 193) y CNTL/SENAI-RS, citado por Barbieri, 2016,.

Las eventuales emisiones y residuos generados en el proceso, deben reutilizarse internamente apuntando en el nivel 2 de prioridades. El nivel 3 cuando el residuo o la emisión no puede aprovecharse, en este caso, el reciclado externo por la venta, la donación o el bio-compostaje.

La estrategia para un marco de producción más limpia y de sostenibilidad es la empresa tener conciencia de su realidad y de la capacidad de afirmar si sabe lo que está sucediendo y si está preparada para reaccionar (Werbach, 2010, p.58). El ser ambientalmente responsable pasa necesariamente por el cambio de hábitos y adopción de medidas que preservan la naturaleza, contribuyan a la disminución del impacto ambiental y garanticen así la sostenibilidad de la vida en el planeta (Barbieri. 2016).

2.9 Logística de producción inversa

Al pensar en logística, la idea recurrente es del proceso que integra desde la planificación del producto hasta la llegada al consumidor final. Considerada como parte integrante de la gestión de la cadena de suministro, la logística "planifica, implementa y controla el flujo y almacenamiento eficiente y económico de materias primas, materiales semiacabados y productos acabados, así como la información relativa a ellos" (Carvalho, 2002,p. 31), desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de atender a las exigencias de los clientes.

En una nueva forma de administrar en que es necesario competir, cooperar e innovar sin dejar de producir con responsabilidad social, fiscal y ambiental, reduciendo costos, aumentando la calidad y consciente que hay que satisfacer al cliente (Barbieri, 2016) la logística actúa en el ámbito el sentido de proveer las informaciones, los recursos y equipamientos necesarios para el buen desarrollo de una empresa.

En la perspectiva operacional, como un concepto en evolución Leite (2009, p.16) define logística inversa como "área empresarial que planea, opera y controla el flujo y las informaciones logísticas correspondientes, del retorno de los bienes de postventa y del post-consumo al ciclo de negocios o el ciclo productivo, a través de los canales de distribuciones reversas, agregando valor de

diversas naturalezas: económico, ecológico, legal, logístico, de imagen corporativa, entre otros.

En el proceso de la logística reversa, los productos pasan por una nueva etapa de reciclaje o reuso y retornan a la cadena productiva para posterior descarte. Integra todo el ciclo de vida del producto y "tiene como objetivo hacer posible el retorno de los bienes o de sus materiales al ciclo de vida productivo o de negocio" (Leite, 2009, p.17).

Sobre la implementación de la logística inversa en las empresas, no es tan simple ni se caracteriza por el consenso universal por parte del empresariado y gobernantes. (RazzoliniFilho y Berté, 2013, p.66) destaca que, sin embargo, "encuentra en la posibilidad de significar ventajas competitivas para la organización frente a sus competidores y una fuerte aliada para adquirir espacio en los procesos de gestión".

De este modo, producir utilizando cada vez menos recursos naturales representa la posibilidad de inserción y conquista de nuevos mercados, ya que algunas empresas sólo adquieren equipos de proveedores que tienen certificación ambiental y compromiso con la forma de producción (Leite, 2009, p.17). Además, la gestión del ciclo de vida y los costos incurridos a lo largo de este, proporcionan una reducción de costos operativos y pueden generar una ventaja competitiva para la empresa.

2.10 Licenciamiento Ambiental

El estudio de la legislación ambiental se hace necesario, teniendo en vista la diversidad de leyes, decretos y resoluciones referentes al medio ambiente.

La Ley Federal nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, que dispone sobre la Política Nacional del Medio Ambiente, introdujo el concepto de licenciamiento ambiental,

La Resolución 237 de diciembre de 1997 dispone sobre licenciamiento ambiental y lo

define como un procedimiento administrativo por el cual el órgano ambiental competente licencia la ubicación, instalación, ampliación y la operación de emprendimientos y actividades usuarios de recursos ambientales, consideradas efectivas o potencialmente contaminantes; o aquellas que, bajo cualquier forma, puedan causar degradación ambiental, considerando las disposiciones legales y reglamentarias y las normas técnicas aplicables al caso (Art. 1 inciso I, Res. 237/1997).

La licencia ambiental es definida por la misma resolución como el reconocimiento por parte del Poder Público de que los emprendimientos y actividades considerados efectivas o potencialmente contaminantes deben adoptar criterios capaces de garantizar su sustentabilidad desde el punto de vista ambiental (Art. II, Res. 237/1997).

El estudio de impactos ambientales está expresado en la resolución CONAMA en el Artículo 1. Inciso III, como siendo todo estudio relativo a los aspectos ambientales relacionados con la ubicación, instalación, operación y ampliación del emprendimiento.

La Ley n. 11.520 de 03 de agosto de 2000, actualizada por la Ley 13.914 de 12 de enero de 2012, instituye el Código Estatal del Medio Ambiente en el RS y cita en su art. "Todo tiene derecho al medio ambiente ecológicamente equilibrado, bien de uso común del pueblo y esencial a la sana calidad de vida" repasando la colectividad, a través de este artículo, toda la responsabilidad por la preservación del Medio Ambiente. La referida ley también presenta en su art. (LP), licencia de instalación (L.I.) y licencia de operación (L.O.) también citada por la Resolución 237/1997, en el Art. 8.

La Ley 9.605 de febrero de 1998 dispone sobre las sanciones penales y administrativas derivadas de conducta y actividades perjudiciales al medio ambiente, y expresa claramente que: "Art. 2º Quien de cualquier forma, concurre a la práctica de los crímenes previstos en esta ley, incide en las penas a este caminada, en la medida de su culpabilidad, así como el director, el administrador, el

miembro de persona jurídica, que debiendo saber de la conducta criminal de otro, deja de impedir su práctica, cuando podía actuar para evitarla " En la respectiva Ley, Sección III - De la contaminación y otros crímenes ambientales, destaca: "Art.54° - Causar contaminación de cualquier naturaleza en niveles tales que resulten o puedan resultar en daños a la salud humana, o que provoque la mortandad de animales o Destrucción significativa de la flora: Pena - reclusión, de uno a cuatro años, y multa.

2.11 Quienes son las Micro y Pequeñas Empresas

La publicación del Estatuto Nacional de la Microempresa y de la Empresa de Pequeño Porte, por la Ley Complementaria n° 123, de 14 de diciembre de 2006, también conocida como Ley General de la MPE, instituyó el régimen jurídico de tratamiento diferenciado para el segmento, según lo establecido en los artículos 146, 170 y 179 de la Constitución Federal, que establecen:

Art. 146 Cabe a la ley complementar:

III - establecer normas generales en materia de legislación tributaria, especialmente sobre:

d) definición de trato diferenciado y favorecido para las microempresas y para las pequeñas empresas, incluidos regímenes especiales o simplificados en el caso del impuesto previsto en el art. 155, II, de las contribuciones previstas en el art. 195, I y §§ 12 y 13, y de la contribución a que se refiere el art. 239. "

"**Art. 170.** El orden económico, basado en la valorización del trabajo humano y en la libre iniciativa, tiene por fin asegurar a todos la existencia digna, conforme a los dictados de la justicia social, observados los siguientes principios:

IX - tratamiento favorecido para las empresas de pequeño porte constituidas bajo las leyes brasileñas y que tengan su sed y administración en el País."

"**Art. 179.** La Unión, los Estados, el Distrito Federal y los Municipios dispensarán a las microempresas ya las empresas de pequeño porte, así definidas en ley, trato jurídico diferenciado, con el fin de incentivarlas por la simplificación de sus obligaciones administrativas, tributarias, previsionales y crediticias, o por la eliminación o reducción de éstas por medio de la ley.

No hay un criterio único para definir Microempresas y Empresas de Pequeño Porte aquí denominada por Micro y Pequeñas Empresas (en adelante MPE). Existen, a depender del objetivo, conceptos que pueden ser utilizados para la clasificación de esas empresas en las categorías micro, pequeña, media y grande.

Sin embargo, tales criterios no deben considerarse en absoluto. Dependiendo del contexto, los conceptos se adaptan y clasifican según la facturación, el número de empleados entre otros, visando a atender o cumplimiento dos objetivos da política pública.

2.11.1 Criterio de la recaudación bruta

La Ley General uniformizó el concepto de micro y pequeña empresa al encuadrarlas sobre la base de sus ingresos brutos anuales. La Ley Complementaria 123/2006, en el artículo 3 define la clasificación de las Micro y Pequeñas Empresas (MPE), siendo:

Art. 3° A los efectos de esta Ley Complementaria, se consideran microempresas o empresas de pequeño porte, la sociedad empresarial, la sociedad simple, la empresa individual de responsabilidad limitada y el empresario a que se refiere el art. 966 de la Ley no 10.406, de 10 de enero de 2002 (Código Civil), debidamente registrados en el Registro de Empresas Mercantiles o en el Registro Civil de Personas Jurídicas, según sea el caso, siempre que:

- en el caso de la microempresa, alcanza, en cada año calendario, ingresos bruta igual o inferior a R \$ 360.000,00 (trescientos sesenta mil reales); Y de las personas

- en el caso de la pequeña empresa, alcanza, en cada año calendario, un ingreso bruta superior a R \$ 360.000,00 (trescientos sesenta mil reales) e igual o inferior a R \$ 3.600.000,00 (tres millones y medio seiscientos mil reales). Validez **hasta el 31/12/2017. Nuestro grifo.**

En el caso de una pequeña empresa, en cada año calendario, el ingreso bruto superior a R\$ 360.000,00 (trescientos sesenta mil reales) e igual al inferior a R \$ 4.800.000,00 (cuatro millones y medio) Ochocientos mil reales). (Redacción dada por la Ley Compl. N° 155, de 2016). Producción de efecto **a partir del 01/01/2018. Nuestro grifo**

En la misma legislación, en el artículo 18 bis se define la clasificación para el Microempresario Individual - MEI para empresas con facturación de:§ 1º A los efectos de esta Ley Complementaria, se considera MEI el empresario individual a que se refiere el art. 966 de la Ley no 10.406, de 10 de enero de 2002 (Código Civil), que haya obtenido ingresos brutos, en el año calendario anterior, de hasta R \$ 60.000,00 (sesenta mil reales),

Optando por el Simple Nacional y que no esté impedido de optar por la sistemática prevista en este artículo. **Validad hasta 31/12/2017. Nuestro grifo.**

§ 1o A los efectos de esta Ley Complementaria, se considera MEI el empresario individual que se encuadre en la definición del art. De la Ley n° 10.406, de 10 de enero de 2002 - Código Civil, o el emprendedor que ejerza las actividades de industrialización, comercialización, prestación de servicios en el ámbito rural, que haya obtenido ingresos brutos, en el año anterior, de hasta R Y que no se impide optar por la sistemática prevista por este artículo. (Redacción dada por la Ley Complementaria n° 155, de 2016). Producción de efecto a partir de 01/01/2018. **nuestro grifo**

La Ley Complementaria n° 155, de 27 de octubre de 2016, modifica la Ley Complementaria 123/2006, para reorganizar y simplificar la metodología, modificando lo dispuesto en el artículo 3° ítem II y en el artículo 18 bis, § 1°, con efecto de efecto Para el año calendario de 2018.

Cuadro4: Clasificación de porte de la empresa por el facturación

Clasificación	hasta12/2017	Año 2018
	Ley Complementar n° 123/2006	Ley Complementar n° 155/2016
Microempendedor Individual	hasta R\$ 60.000,00	R\$ 81.000,00
Microempresa	hasta R\$ 360.000,00	R\$ 360.000,00
Empresa de Pequeño Porte	De R\$ 360.000,01 hasta R\$ 3.600.000,00	De R\$ 360.000,01 hasta R\$ 4.800.000,00

Fuente: adaptado de la Ley Complementar 123/20016 y 155/2016.

Elaborado: por la autora

Además de uniformizar conceptos la creación de la Ley General vino para simplificar y destacar la importancia de las pequeñas empresas, estimulando el crecimiento y enfatizando el relevante papel socioeconómico en la vida de los brasileños.

2.11.2 Criterio de clasificación de las personas ocupadas

Otro parámetro para la clasificación de las empresas es el número de personas ocupadas o el número de empleados activos en la empresa. Criterio utilizado por el SEBRAE en la clasificación del porte de las empresas, que se utiliza para fines bancarios, acciones de tecnología, exportación y otros.

Cuadro5 - Critério de classificação do porte das empresas: pessoas ocupadas

Tamaño	Actividad Económica	
	Servicio y Comercio	Industria
Microempresa	Hasta 09 personas ocupadas	Hasta 19 personas ocupadas
Pequeña Empresa	De 10 a 49 personas ocupadas	De 12 a 99 personas ocupadas
Mediana Empresa	De 50 a 99 personas ocupadas	De 100 a 499 personas ocupadas
GrandEmpresa	Arriba de 100 personas	Arriba de 500 personas

Fuente: Sebrae/Dieese

Además, la Ley prevé beneficios para las pequeñas empresas en diversos aspectos del día a día, como la simplificación y desburocratización, las facilidades para acceder al mercado, al crédito y a la justicia, el estímulo a la innovación y a la exportación (SEBRAE, 2016).

2.11.3 Clasificación de porte: facturación anual

Las empresas interesadas en obtener financiamiento del Banco Nacional de Desarrollo Económico y Social - BNDES deben estar atentos a los criterios de clasificación adoptados por la entidad, que utiliza la facturación anual, ya sea la Recaudación Operativa Bruta (ROB) de las empresas.

La clasificación es aplicable a la industria, al comercio y a las empresas de prestación de servicios y se define de acuerdo con la facturación anual de la empresa, según se resume en el cuadro:

Cuadro6: Clasificación del porte de las empresas por el BNDES

Clasificación	Recaudación operacional bruta anual o renta anual
Microempresa	Menor o igual a R\$ 2,4 millones
Pequeña empresa	Mayor que R\$ 2,4 millones y menor o igual a R\$ 16 millones
Mediana empresa	Mayor que R\$ 16 millones y menor o igual a R\$ 90 millones
Mediana-gran empresa	Mayor que R\$ 90 millones y menor o igual a R\$ 300 millones
Gran empresa	Mayor que R\$ 300 millones
Microempresa	Menor o igual a R\$ 2,4 millones

Elaborado: por la autora

La clasificación por la facturación anual permite adecuarse a las características de cada segmento, con oferta de líneas, programas y condiciones específicas que pueden variar en función del porte de la empresa que solicita la financiación.

2.11.4 Importancia de la PME

Las pequeñas y medianas empresas contribuyen con una parte considerable de la generación de empleo y renta en todo el país (Dree, 2014) y vienen adquiriendo, a lo largo de los últimos 30 años, una importancia creciente en el país (SEBRAE, 2014). En el ámbito local el sector es fundamental por el relevante papel socioeconómico desempeñado por estas empresas. (Dree, 2014).

Los datos del Instituto Brasileño de Planificación y Tributación (IBPT) reportan que en 2015 Brasil totalizaba 15.985.599 empresas activas. De las 88,9% encuadradas como PYME. En Río Grande del Sur ese representa 1.109.557 empresas siendo el 94,3% de PYMES.

Cuadro7: Empresas Activas, MPES e Industrias.

	Empresas Activas	MPES	%	Industrias	%
Brasil	15.985.599	14.207.103	88,9	1.417.221	8,9
RS	1.109.557	1.045.797	94,3	124.135	11,2

Fuente - IBPT, 2016

La investigación de la Fundación Getúlio Vargas muestra que la producción generada por las micro y pequeñas empresas se cuadruplicó en diez años, saltando de R \$ 144 mil millones en 2001 a R\$ 599 mil millones en 2011.

Las MPE son las principales generadoras de riqueza en el sector del Comercio en Brasil, donde responden por el 53,4% del PIB. En la industria, la participación de las MPE es del 22,5% y en el sector de servicios el porcentaje es 36,3%.

En términos de economía, según el SEBRAE (2014) los pequeños negocios responden por más de un cuarto del Producto Interior Bruto (PIB) brasileño un resultado que viene creciendo cada año. LuizBarretto presidente del SEBRAE destaca que "El emprendedorismo viene creciendo mucho en Brasil en los últimos años y es fundamental que crezca no sólo la cantidad de empresas, sino la

participación de ellas en la economía".

El IBGE divulga anualmente la Investigación Industrial Anual (PIA), que objetiva describir las características básicas de las industrias extractivas minerales y de transformación y acompaña a sus transformaciones en el tiempo. Según la PIA / 2015, el sector industrial de las MPE genera el 22,5% del valor agregado y representaba el 95,5% del número de empresas, con empleabilidad del 42% del personal ocupado en el sector y pagan el 25,7% de las remuneraciones de empleados en el sector Período. Las micro y pequeñas empresas son las principales generadoras de riqueza en Brasil lo que comprueba la importancia de los emprendimientos de menor porte (SEBRAE, 2014).

3 PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Este capítulo presenta y discute los datos de la investigación. Inicialmente, son características de la región donde se realizó la investigación. Los datos presentan la diferenciación de las diversas Microrregiones del estado de Rio Grande do Sul, destacando la Microrregión de Cerro Largo, donde se realizó la investigación que dio origen a esta tesis.

3.1 Ubicación de la investigación

El estado de Rio Grande do Sul está localizado en el extremo sur de Brasil y ocupa 281.748 km² cerca de poco más del 3% de todo el territorio nacional. La capital del estado es Porto Alegre. Sus límites territoriales son: estado de Santa Catarina (norte); Uruguay (sur); Océano Atlántico (este) y Argentina (oeste). Se presenta una población de 10.693.929 habitantes, lo que constituye cerca del 6% del número de habitantes del país (DIEESE / 2016). Se divide geográficamente en siete mesorregiones, formada por la unión de municipios y agrupados en microrregiones:

- Mesorregión Centro Occidental Rio-Grandense- 31 municipios y tres microrregiones.
- Mesorregión Centro Oriental Rio-Grandense - 54 municipios y tres microrregiones.
- Mesorregión Metropolitana de Porto Alegre-98 municipios y seis microrregiones.
- Mesorregión Nordeste Rio-Grandense - 216 municipios y trece microrregiones.
- Mesorregión Noroeste Rio-Grandense - 216 municipios y trece microrregiones.
- Mesorregión Sudeste Rio-Grandense - 25 municipios y cuatro microrregiones.
- Mesorregión Sudoeste Rio-Grandense - 19 municipios y tres microrregiones.

La micro-región de Cerro Largo posee una superficie física de 2.254,26 km² y una población aproximada de 67.208 habitantes (IBGE, 2016) y como limítrofes las Microrregiones de Santa Rosa y Santo Ângelo.



Figura 4: Mapa da Microrregião de Cerro Largo
Fuente: IBGE (2016)

El proceso de ocupación y colonización de los once municipios que componen la microrregión de Cerro Largo ocurrió a principios del siglo XX, como resultado de la política migratoria del Gobierno del Estado de Rio Grande do Sul. La Microrregión de Cerro Largo, como la totalidad de la región noroeste riograndense, pasó por diversas fases, siendo la primera correspondiente a la instalación comprendiendo la derrumbada de forestas nativas y apertura de áreas para cultivo (Wenzel, 1997).

Desde la llegada de los primeros pobladores, hasta la completa implantación de las comunidades, se fue forjando un estilo de vida identificado con los mismos rasgos de la colonización germánica operada en otros rincones de la geografía del Brasil meridional. (Wenzel, 1997).

La pluralidad lingüística es una fuerte característica de la Microrregión, cuando una buena parte de la población es bilingüe, hablando tanto la lengua nacional como el dialecto germánico RiograndenserHunsrúchisch y en menor escala, otros idiomas, como la lengua polaca y la lengua rusa

que forman parte del tejido cultural de los municipios.

El clima microrregión de Cerro Largo es muy diferenciado, siendo registradas las mayores temperaturas de la región Sur. En el verano no rara vez se aproximan a los 40°C, en el otoño y primavera la temperatura es muy agradable, con noches frías y temperaturas agradables durante el día. En el invierno la temperatura cae mucho, llegando a registrar temperaturas negativas, con valores próximos a -10°C.

La distribución del área, la población y el PIB per cápita, de los once municipios que integran la microrregión de Cerro Largo, están en el cuadro 08.

Cuadro 8: Municipios Área, Población y PIB per cápita

N°	MUNICIPIO	AREA Km ²	Población Censo 2016	PIB per cápita
1	Caibaté	260,310	5.050	24.900
2	Campina das Missões	225,576	6.031	16.593
3	Cerro Largo	177,675	14.024	42.549
4	Guarani das Missões	290,496	8.114	28.913
5	Mato Queimado	113,994	1.789	25.916
6	Porto Xavier	281,926	10.737	11.826
7	Roque Gonzales	348,729	7.267	14.871
8	Salvador das Missões	94,042	2.773	30.634
9	São Paulo das Missões	223,886	6.313	17.223
10	São Pedro do Butiá	107,631	2.987	22.352
11	Sete de Setembro	129,993	2.123	23.458

Fuente: IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2016.

El estado de Rio Grande do Sul, en el sector de máquinas e implementos agrícolas, posee cuarenta y cinco empresas (fábricas), de estas treinta y cinco están en la mesorregión noroeste, teniendo como participación el 77,78% del parque industrial del estado y el 48% Industria nacional (Pasqual y Pedrozzo, 2007). La microrregión de Cerro Largo sector de máquinas e implementos agrícolas posee tres fábricas.

3.2 Primer eje de la investigación: perfil de los entrevistados

En este capítulo se presentan los datos recolectados, el análisis y la discusión de la investigación, a fin de elaborar un modelo de instrumento de gestión para el desarrollo ambiental sostenible de las industrias de pequeño porte.

Se entrevistaron 67 gestores de MPEs industriales de la Microrregión de Cerro Largo, que comprende 11 municipios. Las empresas encuestadas integran los municipios de: Caibaté (11), Campinas de las Misiones (23), Cerro Largo (41), Guaraní de las Misiones (23), Mato Queimado (4), Porto Xavier (10), Roque Gonzales (12) Misión Salvador (5), Sao Paulo Misión (5), Sao Pedro do Butiá (19), Siete de Setiembre (1).

La tabla 1 presenta la frecuencia de respuestas para cada atributo y el porcentaje de respuestas para cada categoría, además del total de entrevistados para la realización de la investigación.

Tabla 1 –
Municipio de Microrregión de Cerro Largo

	Frec.	%
Cerro Largo	18	26,9%
Guarani das Missões	12	17,9%
Campina das Missões	9	13,4%
Roque Gonzales	6	9,0%
São Pedro do Butiá	6	9,0%
Porto Xavier	4	6,0%
Salvador das Missões	4	6,0%
Caibaté	3	4,5%
Mato Queimado	3	4,5%
São Paulo das Missões	2 ¹	3,0% ²
TOTAL	67³	100%

Nota:¹ Frecuencia de respuestas para cada atributo

² Porcentual de respuestas para cada categoría

³ Total de entrevistados

Fuente: elaborada por la autora

Se percibe una laguna en cuanto a las acciones socioambientales sostenibles de las organizaciones. Esta laguna puede estar relacionada al poco conocimiento de los gestores sobre tema, sobre su importancia y la relevancia que imprime en las empresas en su proceso productivo y de ventaja competitiva que ofrece.

Las empresas que desean mantenerse competitivas en el contexto económico y comercial necesitan integrar la sostenibilidad en su estrategia de negocios. La competitividad y la sostenibilidad son vitales para la supervivencia de la empresa. Se hace necesaria una relación adecuada entre los principios del uso eficiente de los recursos naturales, económicos y sociales y la adaptación de la empresa a las preferencias de los individuos para suministrar productos sostenibles, que son imperativos en la generación de valor.

Del total de las organizaciones de la microrregión, participantes de la encuesta, 55 son microempresas y 12 de ellas son pequeñas empresas.

Tabla 2–
Encuadre de la empresa

	Frec.	%
ME	55	82,1%
EPP	12	17,9%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

Las autorizaciones legales, como Alvarás, Certificados y Licencias, son requisitos primordiales para el funcionamiento de una organización. La licencia ambiental tiene mayor exigencia para las empresas con actividades industriales, siendo ellas, del ramo de metalurgia, mecánica, textil, química, de zapatos y para las actividades agropecuarias. Para las empresas del ramo de la alimentación, medicamentos y salud, también se requiere el permiso sanitario. No obstante y no

menos significativa la Licencia de Seguridad, Prevención y Protección contra Incendios (Bomberos) que se hace necesaria a todas las empresas, así como el Permiso de Localización y Funcionamiento. A los entrevistados se les preguntó qué tipo de licencia tiene la empresa. Se observa que en el aspecto ambiental, exigencia primordial para el área industrial, no hay la totalidad de empresas que poseen este documento.

Tabla 3 –
Tipos de Alvarás y Licencias de las empresas

	Frec.	%
Ubicación	64	95,5%
Seguridad	60	89,6%
Ambiental	57	85,1%
Sanitario	45	67,2%
No informó	2	3,0%
TOTAL	67	

Fuente: elaborada por la autora

Al analizar los resultados de la tabla 3, se confirma el posicionamiento de Barbieri (2016) en que aun siendo obligatorio el licenciamiento ambiental las empresas en funcionamiento cuando la legislación pasó a exigir la licencia, aún no incorporaron el medio ambiente en sus acciones cotidianas, Es la falta de interés en obtener estos permisos por los entrevistados.

En la búsqueda desenfrenada por las cuestiones económicas y por resultados únicamente financieros algunas empresas desencadenan graves desastres ecológicos en diferentes momentos. Las empresas que actúan de esta manera comprometen su supervivencia en el mercado, dejando de ser competitivas y perjudicando la relación con sus stakeholders (Souza, 2012).

Con respecto al cargo o función de los respondedores en la empresa, la Tabla 4, fue identificado que de la totalidad de los 67 sujetos, 31 son propietarios de las organizaciones, 20 figuran como socios, 9 no informaron la función, hecho que demuestra que o no hay claridad sobre la función

del respondedor o, por tratarse de una investigación científica, los respondedores no quisieron comprometerse.

Tabla 4–
Cargo / Función de los respondientes

	Frec.	%
Propietario	31	46,3%
Socio	20	29,9%
No informo	9	13,4%
Gerente	4	6,0%
Conyugue / Esposa	2	3,0%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

De los demás respondedores, 4 se denominaron gerentes, 2 la esposa respondió la investigación no definiendo la real posición y función que ocupa en la empresa. Además de estos, 1 contador de las organizaciones estudiadas respondió la investigación.

En el entendimiento de Werbach (2010) el compromiso en la fuerza de trabajo puede ser medido de acuerdo con la implicación y las emociones de los colaboradores en el ambiente de trabajo.

A partir de esta base, Werbach (2010, p.122) revela que la sostenibilidad empresarial proporciona a los colaboradores "un canal para la búsqueda de contribuciones por parte de los empleados, para hacer aflorar la creatividad de esos empleados, para exponer y reconocer el talento vuelto hacia el liderazgo y para generar innovación -y todo eso fomenta aún más el compromiso personal".

Y según el mismo autor al comprometer un equipo de trabajo, además de las implicaciones económicas, visando una estrategia sustentable es una propuesta de innovación en la organización, que va mucho más allá de resolver los problemas de su entorno.

Tabla 5 –
Tiempo de empresa del entrevistado

	Frec.	%
Hasta 10 años	24	35,8%
De 11 a 15 años	7	10,5%
De 16 a 20 años	15	22,4%
De 21 a 25 años	8	11,9%
De 26 a 30 años	0	0,0%
De 31 a 35 años	4	6,0%
Arriba de 35 años	4	6,0%
No informó	5	7,5%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

Con respecto al tiempo de servicio en la organización, éste varía de 10 a 35 años, conforme tabla 5. El mayor número de tiempo de servicio se calculó de 16 a 20 años. Esto confirma que estos respondientes vienen acompañando todos los procesos de innovación y estrategias ya utilizadas por la organización. Sólo 5 respondedores no informaron el tiempo de empresa.

La tabla 6 muestra el grupo de edad de los encuestados. Las edades variaron de 25 a 60 años. Sólo 5 no informaron la edad que más prevaleció fue entre 51 y 55 años.

Tabla 6–
Edad de los respondientes

	Frec.	%
Hasta 25 años	2	3,0%
De 26 a 30 años	7	10,5%
De 31 a 35 años	5	7,5%
De 36 a 40 años	11	16,4%
De 41 a 45 años	8	11,9%
De 46 a 50 años	6	9,0%
De 51 a 55 años	15	22,4%
De 56 a 60 años	4	6,0%
Arriba de 60 años	4	6,0%
No informó	5	7,5%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

En el nivel de instrucción presentado en la tabla 7, se evidenció que los encuestados poseen un buen nivel de escolaridad, siendo 27 con enseñanza mediana completa, 5 con enseñanza superior incompleta, 14 con enseñanza superior completa y 2 con enseñanza de postgrado.

Tabla 7 –
Grado de instrucción

	Frec.	%
Enseñanza fundamental incompleta	6	9,0%
Enseñanza fundamental completa	7	10,5%
Enseñanza mediana incompleta	2	3,0%
Enseñanza mediana completa	27	40,3%
Enseñanza superior incompleta	5	7,5%
Enseñanza superior completa	14	20,9%
Posgrado completa	2	3,0%
Noo informó	4	6,0%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

Es un hecho que desde la enseñanza fundamental, el tema sustentabilidad viene promoviendo reflexiones con la problematización del tema sustentabilidad, desarrollando la formación de actitudes individuales, colectivas y empresariales en pro de la preservación del medio ambiente. Las tablas 8 y 9 muestran la fuerte incidencia de las empresas familiares en la microrregión estudiada. El oficio desarrollado es atravesado de generación en generación.

Tabla 8 –
Con quien los encuestados aprendieron el oficio del trabajo

	Frec.	%
Familia	34	50,8%
Curso/entrenamiento	21	31,3%
Otros	18	26,9%
No informó	2	3,0%
TOTAL	67	

Fuente: elaborada por la autora

De los 67 entrevistados más de la mitad, 50,8% aprendieron sus actividades en la convivencia familiar. Para Werner "La verdadera empresa familiar es aquella que sobrepasó la primera generación y convive con una pleura de herederos y sucesores. Es decir, una empresa que vive con elementos que trascienden el espacio del emprendedor "(2004, p.12).

La Tabla 9 presenta el número de personas de la familia que actúan en la empresa investigada.

Tabla 9–
Personas de la familia que trabajan en la empresa

	Frec.	%
Ninguna	1	1,5%
1	17	25,4%
2	24	35,8%
3	9	13,4%
4	6	9,0%
5	2	3,0%
7	1	1,5%
Toda familia	1	1,5%
No informó	6	9,0%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

Con los datos de la tabla 10 no evidencian la posibilidad de realizar un comparativo al número de familiares que actúan en la empresa, con aquellos que tienen carnet de trabajo y previsión social (CTPS) firmada.

Tabla 10 –
Personas de la familia que trabajan en la empresa con CTPS

	Frec.	%
1	4	6,0%
2	15	22,4%
3	13	19,4%
4	4	6,0%
5	5	7,5%
6	3	4,5%
7	2	3,0%
8	5	7,5%
11	1	1,5%
12	2	3,0%
14	1	1,5%
30	1	1,5%
42	1	1,5%
No informó	10	14,9%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

No obstante, la tabla 11 presenta datos que evidencian la no importancia de establecer una relación de compromiso de la organización y el colaborador. Hacer una empresa responsable socialmente implica arreglar la casa primera, para luego empezar a pensar la sostenibilidad. "Los empresarios habilitados para lidiar con los problemas complejos de un mundo en cambio estarán en mejores condiciones para crear una empresa capaz de reaccionar y liderar" (Werbach, 2010, p.177).

Tabla 11–
Personas de la familia que trabajan en la empresa sin CTPS

	Frec.	%
0	4	6,0%
1	4	6,0%
2	4	6,0%
3	5	7,5%
4	2	3,0%
No informó	48	71,6%
TOTAL	67	100%

Fuente: elaborada por la autora

En esta perspectiva el autor todavía argumenta que: "Hay una razón para mirar más allá de los aspectos verdes de la sostenibilidad social, económica y cultural como herramienta de construcción de su negocio" (Werbach, 2010, p.177).

El compromiso comienza con las acciones del empleador que permite al colaborador mirar más allá de lo que sólo le concierne como ley. Comprometer a los empleados exige que el empleador lo vea como aliado en sus acciones de responsabilidad social. Las acciones del negocio "[...] deben contener el estímulo al desempeño que exceda las expectativas legales y comerciales de las empresas y el respeto a las personas, la comunidad y el medio ambiente". "Cuando se trata de planificación estratégica con moldes sociales en la búsqueda de equilibrio social, la responsabilidad social asume un sentido mayor y más concreto, convirtiéndose en un diferencial en la evaluación de la eficacia de las empresas".

Así, la propuesta de desarrollo sostenible significa pensar en el futuro, diseñando una estrategia y un camino a seguir por todos en la organización. La eficacia de estas acciones está en la claridad de los objetivos propuestos a los stakeholders, la postura ética de la organización y un diseño adecuado de planificación estratégica socioambiental. La forma clara forma parte de la estrategia de la sostenibilidad, esto resulta en la comprensión de cada colaborador en su contribución para alcanzar las metas de la sostenibilidad en la organización y cómo se están logrando. "Las organizaciones exitosas en materia de transparencia empiezan a enseñar el valor de la transparencia al principio de su carrera profesional" (Werbach, 2010, p.111).

3.3 Segundo eje de la investigación: bloque ambiental

El segundo eje de la investigación presenta los cuestionamientos acerca de la temática de la tesis, sus resultados y análisis, de acuerdo con los objetivos propuestos en la investigación.

De esta manera los cuestionamientos reproducen lo que se ha investigado, buscando observar si las pequeñas industrias han establecido herramientas de gestión para el desarrollo ambientalmente sustentable y sobre qué factores se sustentan estas herramientas, así como, identificar si hay la aplicación de un modelo de gestión para la mejora de los resultados de éstas y de qué manera sus propietarios y stakeholders perciben la necesidad de un cambio de la cultura organizacional para que se evalúe el papel de la empresa en lo que se refiere a su presencia en el proceso y participación de las acciones en el interior y externo y sus reflejos en las cuestiones socioambientales.

En el bloque ambiental los objetivos son identificar los procesos de gestión de desarrollo socioambiental de las organizaciones estudiadas, con el propósito de proponer un instrumento de gestión, de forma que se modifique la cultura organizacional y que las estrategias implementadas en la gestión ambiental se transformen en ventajas competitivas y determinantes del desarrollo ambiental sostenible de las empresas industriales.

Tabla 12 –
La actividad y el impacto sobre el Medio Ambiente

	Sí	En gran parte	En parte	No	No informó	TOTAL
La empresa conoce los impactos de sus actividades sobre el medio ambiente y mantiene informes para medirlos	43,3% (29)	26,9% (18)	23,9% (16)	6,0% (4)	0,0% (0)	100% (67)
La sostenibilidad ambiental está insertada en las estrategias de la empresa	20,9% (14)	28,4% (19)	32,8% (22)	17,9% (12)	0,0% (0)	100% (67)
La empresa realiza e invierte en acciones de sostenibilidad ambiental	11,9% (8)	19,4% (13)	29,9% (20)	38,8% (26)	0,0% (0)	100% (67)
La empresa posee un responsable por la gestión de las prácticas de sostenibilidad ambiental	14,9% (10)	0,0% (0)	0,0% (0)	83,6% (56)	1,5% (1)	100% (67)
TOTAL	22,8% (61)	18,7% (50)	21,6% (58)	36,6% (98)	0,4% (1)	100% (268)

Fuente: elaborada por la autora

A partir de estos objetivos, la tabla 12 presenta el resultado de los datos referentes al cuestionado en cuanto a las actividades de las organizaciones y qué impacto tiene sobre el medio

ambiente, además de identificar qué tipos de informes se elaboran a partir de sus prácticas y acciones ejecutadas para la gestión de procesos de sustentabilidad ambiental.

La gestión ambiental se refiere a los procedimientos realizados por la empresa con el propósito de reducir o eliminar los impactos negativos generados por sus acciones contra el medio ambiente y, por consiguiente, el impedimento de nuevas conductas que agoten los recursos aún existentes que se utilizan en producción de la organización (Barbieri, 2016).

En la tabla 12 se percibe que casi la totalidad de las organizaciones estudiadas son conscientes de los impactos que causan en el medio ambiente. A pesar de este conocimiento, con la información de que las estrategias ambientales son usadas por la organización y que hay inversión, es evidente la falta de concientización de los maleficios de estos impactos, se comprueba esta premisa en los datos recogidos en la cuestión de números 3 y 4. Las organizaciones revelan que las inversiones no son prioridades y tampoco hay un responsable para identificar los problemas en la gestión de los impactos de sus actividades sobre el medio ambiente.

En este sentido, Werbach (2010) argumenta que los indicadores que auxilian en la evaluación de desempeño de la organización y sus prácticas socioambientales son primordiales para identificar las ventajas competitivas de una organización, así como, evaluar y proyectar las acciones futuras de sustentabilidad empresarial. Destaca además que "los informes de sostenibilidad son importantes para ayudar a proyectar la visibilidad de la sostenibilidad en la empresa, pero a menudo sirven para fortalecer la impresión de que la sostenibilidad es una responsabilidad social, no una estrategia de negocios" (Werbach, 2010, p.109).

En esta misma perspectiva, Silva et al (2009) advierte que dentro de los modelos organizacionales modernos y las cuestiones mundiales de búsqueda por la transparencia y ética en los negocios, las empresas tendrán vida corta si sus acciones no son visualizadas por sus pares y

comunidad. Hay una necesidad urgente de comprender que las alianzas son estrategias que pueden llevar a resultados eficaces.

La sostenibilidad en las organizaciones es una suma de factores que integran la gestión interna y las condiciones externas para la rentabilidad a largo plazo.



Figura 5: Línea de resultado operacional sustentable
Fuente: Werbach (2010, p.104).

La cuestión de número 5 presenta externalización de las prácticas ambientales de la organización. Se observa que es elevado número de empresas que afirmaron que no divulgan sus acciones de sustentabilidad ambiental.

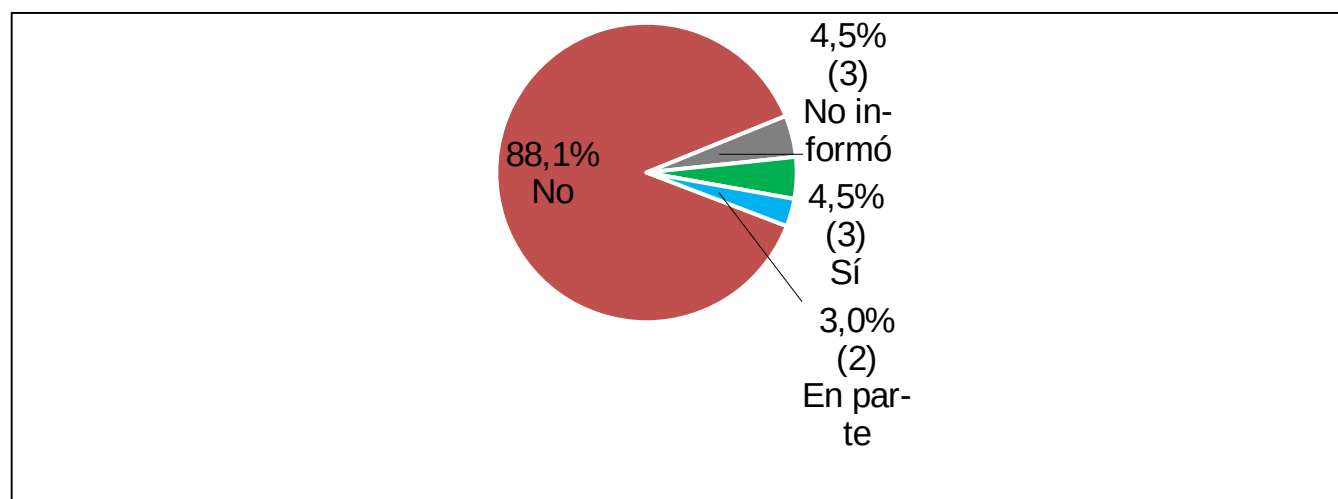


Gráfico 11 – Divulgación de las acciones de sustentabilidad ambiental²

Fuente: elaborada por la autora

²Los números entre paréntesis se refieren a frecuencia de respuestas de cada atributo.

La divulgación de sus acciones con respecto a las prácticas y el sistema de gestión puede ser realizada mediante informes anuales, boletines, publicaciones en la intranet e internet, reuniones, cuadro de aviso y otras formas de mostrar a la comunidad tanto interna como externa los resultados de las actividades y prácticas ambientales.

La tabla 13 corrobora con los datos del gráfico 1, pues si no hay interés en divulgar las acciones es porque ellas no son relevantes y, aun conscientes de que el beneficio es requisito importante para la permanencia de la organización en el mercado, ésta no es la única Exigencia para la supervivencia de la empresa. La grandeza de una organización se distingue de lo que se acepta en otros tiempos en el pasado. "Hoy, la percepción de valor va mucho más allá de la tangibilidad" (Silva, et al, 2009, p.102).

Las cuestiones de marketing y las complicaciones legales se vuelven menos importantes frente a la responsabilidad y la ética que muestran un mayor compromiso de la organización frente a sus consumidores internos y externos, así como a otros pares.

Tabla 13 –
Justificativa para la divulgación de las acciones sustentables

	Frec.	%
Para ser una herramienta de marketing y gestión de la imagen de la empresa	3	60,0%
Para evitar futuras complicaciones relacionadas con la conducta en las acciones sociales y ambientales	2	40,0%
Como forma de comunicación con la comunidad	2	40,0%
Por la exigencia legal	2	40,0%
Por la responsabilidad de la empresa rendir cuentas de su actuación, preservar el medio ambiente y velar por las generaciones futuras	1	20,0%
Porque la empresa se orgulle de sus acciones sociales y ambientales	1	20,0%
TOTAL	5	

Fuente: elaborada por la autora

En consecuencia, la investigación buscó levantar datos sobre los impactos de las acciones de responsabilidad social de las organizaciones estudiadas con relación a los envases, el transporte de mercancías, lo que esas acciones involucra en relación a la contaminación del agua y el aire, lo que se

utiliza de materia prima renovable y reutilizable y estos procesos resultan en ahorro de luz y cuál son los métodos de control y entrenamiento usado que se vuelve más eficiente a las acciones y concientización de los involucrados.

Los datos presentados en la tabla 14 están relacionados con el uso y reutilización de insumos, el control de los residuos, el reciclado de materiales y residuos industriales. Señala que las organizaciones por no emplear un método específico y continuo de entrenamiento y desarrollo, presentan altos índices de descontrol de los impactos ambientales que causan sus productos.

Tabla 14 –
Control de los impactos ambientales

	En parte	No	No informó	Sí	TOTAL
Control de impacto ambiental de envases y transporte de mercancías	28,4% (19)	26,9% (18)	10,5% (7)	34,3% (23)	100% (67)
Control de la contaminación del aire y del agua	19,4% (13)	46,3% (31)	11,9% (8)	22,4% (15)	100% (67)
Control del uso de materias primas y materiales (renovables y no renovables)	26,9% (18)	43,3% (29)	13,4% (9)	16,4% (11)	100% (67)
Control de uso de energía (consumo y energía ahorrada debido a medidas de conservación y eficiencia)	25,4% (17)	19,4% (13)	13,4% (9)	41,8% (28)	100% (67)
Control de uso del agua (uso y reutilización)	22,4% (15)	41,8% (28)	14,9% (10)	20,9% (14)	100% (67)
Control de residuos, reciclaje, reutilización de materiales y desechos	14,9% (10)	22,4% (15)	7,5% (5)	55,2% (37)	100% (67)
Monitorea y acompaña todas las acciones	23,9% (16)	46,3% (31)	16,4% (11)	13,4% (9)	100% (67)
Entrenamiento y educación	26,9% (18)	47,8% (32)	16,4% (11)	9,0% (6)	100% (67)
TOTAL	23,5% (126)	36,8% (197)	13,1% (70)	26,7% (143)	100% (536)

Fuente: elaborada por la autora

Los datos señalan que el 65,8% de las empresas no tiene ningún control específico, o incluso que lo que están haciendo no son acciones muy significativas, ya que respondieron en parte o se eximieron de responder este cuestionamiento, justo porque no existe ningún proceso de concientización en el uso adecuado de la energía, del agua, de la materia prima usada, donde los índices incluso aumentan en lo que se refiere al control de estos ítems.

Las organizaciones necesitan entender que las cuestiones de sostenibilidad y responsabilidad con el medio ambiente van más allá del proceso de diseño de productos, que estas acciones deben circundar alrededor del diseño de las empresas, es decir, los ecosistemas corporativos. Elgkington (2012), Charkham (1995), referido por Elgkington (2012, p.349) afirma que las cuestiones medioambientales son cada vez más importantes en el entorno empresarial, "[...] a medida que los mercados internacionales se vuelven más competitivos [...]". Será necesario observar cómo los otros sistemas trabajan y cómo evalúan y se mantienen en constante aprendizaje sobre este tema.

Si no hay entrenamiento y educación, evidenciado en la suma de las respuestas en el 91% de las empresas, supuestamente no habrá monitoreo y control sobre los impactos en el uso de materia prima, transporte y manufactura de productos, así como un control adecuado en el uso de energía y del agua.

La tabla 15 confirma los datos presentados en la tabla 14. No habiendo un proceso de entrenamiento y educación, la empresa difícilmente tendrá acciones ambientales en su ambiente interno, resultando en índices altamente preocupantes.

Tabla 15 –
Acciones ambientales de las empresas

	En parte	No	No informó	Sí	TOTAL
La empresa reutiliza productos y embalajes para reparar o transformar productos defectuosos	32,8% (22)	31,3% (21)	4,5% (3)	31,3% (21)	100% (67)
La empresa evalúa el impacto de su consumo teniendo en cuenta el medio ambiente	49,3% (33)	22,4% (15)	10,5% (7)	17,9% (12)	100% (67)
La empresa realiza la separación de basura para contribuir con la economía natural, el medio ambiente y los empleos.	13,4% (9)	11,9% (8)	4,5% (3)	70,2% (47)	100% (67)
TOTAL	31,8% (64)	21,9% (44)	6,5% (13)	39,8% (80)	100% (201)

Fuente: elaborada por la autora

Las empresas afirmaron, en un porcentaje de casi el 70% que no poseen un plan de acciones sostenibles, tampoco miden los impactos de sus acciones. Cuando se consultó sobre la separación de la basura, el índice negativo se invierte a lo positivo, demostrando que el 70,2% de las empresas realizan la separación de basura para contribuir con la economía natural, el medio ambiente y los empleos. Evidentemente que frente a las otras acciones y sus impactos, separar la basura es una actitud básica de quien está preocupado solamente con su ambiente interno con los impactos de su actuación.

La clave para este cambio de actitudes es muy bien presentada por Leite (2012) que afirma que una organización moderna, que está preocupada por su marketing social, ambiental y su responsabilidad social, será recompensada, generando percepciones positivas de su imagen y ventaja competitiva Si tiene acciones contributivas en los aspectos sociales y ambientales.

Esta preocupación debe estar relacionada a nuevas actitudes que incentiven los sistemas de reciclaje y reaprovechamiento, así como la adaptabilidad a desmontajes de los bienes durables con bajo impacto en el uso de agua y energía.

Leite (2012) sugiere que las empresas, de diferentes cadenas productivas, como forma de mejorar sus acciones ambientales y de incentivar acciones ambientales en la comunidad, con base en la legislación, y para garantizar su permanencia en el mercado, inviertan en asociaciones que incentiven el reciclaje y reaprovechamiento o en proyectos educativos para la comunidad y la región.

La tabla 16, siguiendo la misma línea, las empresas participantes de la investigación, en su mayoría, no apoyan proyectos de flora y fauna, por ejemplo, tampoco las organizaciones, al adquirir sus equipos, tienen en cuenta los aspectos contaminantes, que pueden aumentar o disminuir los riesgos ambientales. Por lo tanto, las organizaciones, además de no tener proyectos que apoyen las

cuestiones ambientales, en su mayoría sumadas superan el 80%, que no buscan mejoras en sus procesos y acciones ambientales.

Almeida (2007, p. 17) asevera que “La pérdida del capital natural va a impactar en las condiciones en que las empresas operan. Se verá afectada no sólo las formas de producción, sino también las preferencias y expectativas de los stakeholders”.

Tabla 16 –
Apoyo e inversiones en proyectos sociales

	En parte	No	No informó	Sí	TOTAL
Protección y recuperación de la flora y la fauna	20,9% (14)	52,2% (35)	13,4% (9)	13,4% (9)	100% (67)
Adquisición de equipos menos contaminantes o que generan menos riesgos ambientales	13,4% (9)	16,4% (11)	10,5% (7)	59,7% (40)	100% (67)
Mejora de las políticas, prácticas y procesos ambientales	19,4% (13)	53,7% (36)	13,4% (9)	13,4% (9)	100% (67)
Mantenimiento periódico de equipos que resulten en reducción de impactos ambientales	14,9% (10)	14,9% (10)	7,5% (5)	62,7% (42)	100% (67)
Estudios de impacto ambiental generados por las operaciones de la empresa	16,4% (11)	65,7% (44)	16,4% (11)	1,5% (1)	100% (67)
TOTAL	17,0% (57)	40,6% (136)	12,2% (41)	30,2% (101)	100% (335)

Fuente: elaborada por la autora

En la misma tabla, es posible observar que cuando se trata de ahorrar en equipamientos y disminución de gastos en la organización, una buena parte de las empresas, 52 de las 67 participantes de la encuesta respondió que hacen mantenimiento periódico de equipos que resulten en reducción de impactos ambientales. En el instante que se identifica la relación de causa y efecto en los procesos productivos y los efectos en los recursos naturales en la economía de la organización, las acciones se vuelven más conscientes, ya que implica una reducción de gastos para la empresa.

Los datos finales de la tabla 16 muestran que las organizaciones encuestadas, en su mayoría, no tienen un seguimiento de sus acciones relacionadas con los impactos ambientales causados por su proceso de producción.

Sachs (2004, p.96) apunta que todas las actividades orientadas a ahorrar recursos naturales, para reciclar residuos y reutilizar materiales, retornan en la mejor utilización de la capacidad de productividad existente, además de contribuir “a una tasa mayor de crecimiento ya la sostenibilidad Ambiental de este crecimiento ”.

En este contexto, se evidenció que las organizaciones estudiadas no poseen un plan de implementación, de recuperación y / o de mejora continua de sus prácticas ambientales. Lo que hacen hoy son acciones básicas y visibles a la comunidad, en el caso de la separación de la basura, lo que no implica el descarte correcto, o en medidas preventivas y de reducción de impacto.

Se preguntó a las empresas sobre el tipo de energía que se utiliza en su proceso de producción, tales como leña, caídas de agua, plantas, etc., y si los impactos de éstos son medidos.

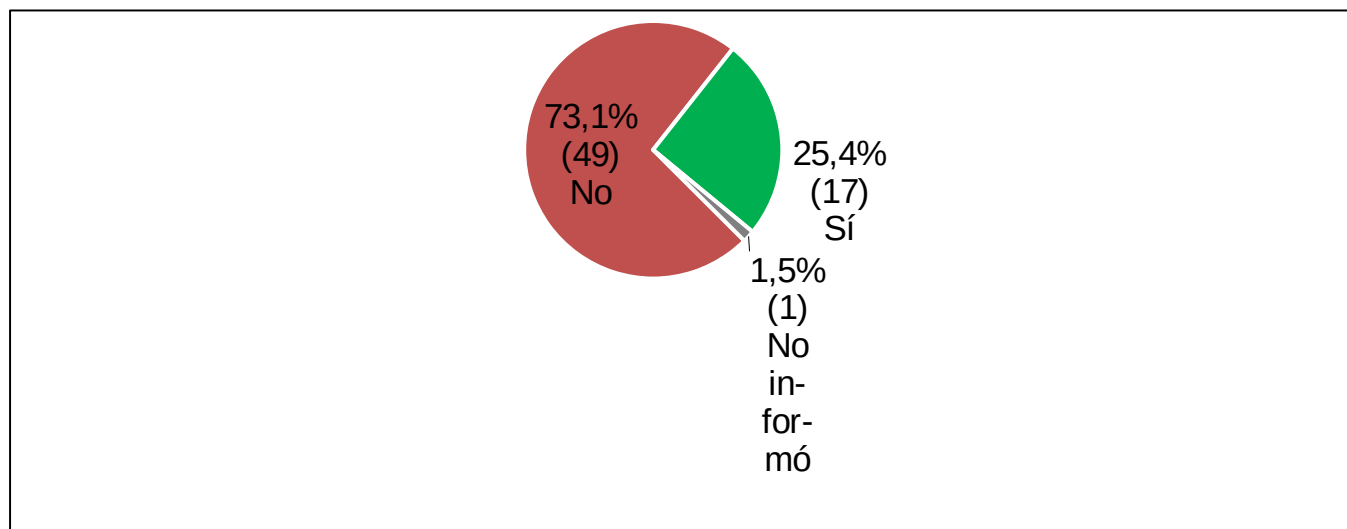


Gráfico 2 – Uso de recursos naturales para obtener energía

Fuente: elaborada por la autora

Los datos presentados en el gráfico 2 conjugados con los presentados en la tabla 17, demuestran que las organizaciones confirman su no conocimiento y la falta de un plan o de un modelo para el control de los impactos ambientales que producen en su proceso de fabricación.

Tabla 17 –
Generación de impactos negativos en el proceso de fabricación

	Frec.	%
No informó	14	82,4%
No hay impacto negativo	3	17,7%
TOTAL	17	100%

Fuente: elaborada por la autora

Tolmosquim (2012, p.26) apunta que la intensa preocupación por la dependencia externa de los combustibles fósiles ha llevado la diversificación de las fuentes de energía, preferentemente "por el uso de fuentes renovables y de bajo impacto ambiental". El autor apunta que actualmente Brasil tiene reconocimiento internacional por su "pionerismo en el desarrollo de alternativas energéticas eficientes y ambientalmente sustentables, en las que se destaca el etanol" Se observa que hay un desconocimiento del uso de energías eficientes y ambientalmente sostenibles, comprobando que las organizaciones estudiadas no poseen una gestión ambiental organizada. Corrobora Barbieri (2016, p.18) afirmando que: "La gestión ambiental comprende las directrices y las actividades administrativas realizadas por una organización, para lograr efectos positivos sobre el medio ambiente". Se sigue afirmando que esta gestión sirve para reducir o eliminar los problemas ambientales provenientes de las acciones de la empresa y para evitar que ocurran otros en el futuro.

El cambio climático ha sido una preocupación de todos. "El derribo de bosques para la obtención de madera, leña, espacio para la agricultura, industrias, y asentamientos humanos siempre provoca cambios en el clima local". (Barbieri, 2016, p.29). De esta forma, las empresas que poseen una gestión ambiental, o un modelo de instrumento de gestión socioambiental sostenible adecuado para sus necesidades, tienen soluciones para sus acciones con relación a la cuestión ambiental y, en general, están desarrollando actividades que se intensifican con la participación y la participación

concientización de sus stakeholders. Se derivan de estas acciones algunas fases, de acuerdo con el grado de concientización en la empresa. Son ellas: “[...] control ambiental en las salidas, integración del control ambiental en las prácticas y procesos industriales, e integración del control ambiental en la gestión administrativa ”(Donaire, 1994, p.69).

Estas fases van desde la simple “[...] instalación de equipos de control de la contaminación en las salidas, como chimeneas y redes de alcantarillas, manteniendo la estructura productiva existente [...]” y en la promoción de entrenamiento y desarrollo con cursos sobre la temática (Donaire, 1994, p.69).

Se evidencia que las organizaciones estudiadas, en su mayoría, no poseen una propuesta de estudios sobre la responsabilidad social de la organización, pero con un porcentaje significativo se observa que cuando se trata de hacer algo que sea visible, a los ojos de todos, y sobre todo, de aquellos que puedan cobrar lo que está de acuerdo con la legislación, a ejemplo la utilización de ventilación e iluminación naturales de forma intensiva, el porcentaje de participación positiva aumenta, sería afirmar que la empresa tiene acciones perceptivas. Los datos se observan mejor en la tabla 18. ¿Se trata de una acción ecológicamente responsable, o de economía para empresa?

Tabla 18 –
Actitudes do comportamiento empresarial

	No	No informó	Sí	TOTAL
Los emprendimientos utilizan ventilación e iluminación naturales de forma intensiva	22,4% (15)	1,5% (1)	76,1% (51)	100% (67)
En los últimos años la empresa ha sido declarada o procesada por algún órgano público debido a la cuestión ambiental	88,1% (59)	1,5% (1)	10,5% (7)	100% (67)
La empresa promueve cursos relacionados con la responsabilidad socioambiental para sus colaboradores	88,1% (59)	4,5% (3)	7,5% (5)	100% (67)
TOTAL	66,2% (133)	2,5% (5)	31,3% (63)	100% (201)

Fuente: elaborada por la autora

Melo Neto y Froes (2001) citados por Serpa y Fourneau (2007) confirman que las acciones sociales de una empresa "[...] aumentan la productividad en el trabajo, crean mayor motivación, autoestima y orgullo entre los empleados. Argumentan que las "acciones que generan impacto positivo, tanto en el ambiente interno y en el ambiente externo de la empresa, mejoran la atmósfera de trabajo y determinan la mejora significativa de la calidad de vida de los empleados".

Tabla 19 –
Tipos de Comportamiento Empresarial

Tipo de Comportamiento Empresarial	Estrategia	Tipo de Actitud	Modelo de Discurso	Características Relevantes
Responsable	Largo Plazo	Proactiva	Correspondiente acción afectiva	Comparte intereses organizacionales con los de la sociedad en que está insertada.
Seguidora	No posee	Reactiva	No posee discurso ambiental	Se limita a seguir orientaciones de los órganos reguladores o presión del movimiento ambientalista – No posee conciencia ambiental.
Mentirosa	Curto Plazo	Negativa	Contradictorio acción efectiva	-Los bienes y servicios ambientales son vistos como mercancía. -Exporta la contaminación y los residuos tóxicos. -Utiliza los derechos de contaminación, sin efectuar las inversiones necesarias para ajustarse a la reglamentación. -Utiliza su poder político y jurídico para neutralizar la regulación de los gobiernos. -Práctica intensiva del lobby en beneficio propio. -Tiene que minimizar su responsabilidad frente a la opinión pública cuando se enfrenta a un accidente ecológico.

Fuente: Maimon (1996)

Se podría incluirlas en la tabla de Maimon (1994, p.123) como empresas que poseen un comportamiento de sólo seguidoras de acciones socioambientales, que no están dotadas de ninguna estrategia específica con actitudes que suscita reacciones frente a los impactos que sus acciones causan en el medio ambiente, así como, se limitan a seguir las orientaciones de los órganos

reguladores o presión del movimiento ambientalista, de esa manera no logran una conciencia ambiental.

No hay como actuar en el mercado empresarial, ante un escenario económico-tecnológico, sin que se piense en cambios continuos y en la manera de operar y gestionar los negocios de forma competitiva. “[...] las cuestiones ambientales se han vuelto cada vez más importantes en función del aumento de la concientización del consumidor y de su creciente interés en la forma como los productos y servicios se producen[...]”. Hay un cobro más estricto “[...] por prácticas más limpias de producción y por certificaciones con reconocimiento internacional; del escasamente de los recursos naturales, etc. ” (Oliveira y Serra, 2009, p.1).

2.4 Tercero eje de la investigación: bloque social

El tercer eje de la investigación presenta y analiza los datos referentes a las acciones sociales de las empresas en la comunidad, así como la importancia de éstas. También analiza cómo están planificadas y cómo se miden los resultados en cuanto a los beneficios para la comunidad y los resultados efectivos de responsabilidad social de la empresa.

Los datos demuestran que las organizaciones, “[...] por factores sociales y factores económicos y políticos [...]” sufren presiones para que se implementen la gestión ambiental en las empresas (Oliveira y Serra, 2009, p.2).

En el primer cuestionamiento, gráfico 3, se preguntó a las empresas si las mismas realizan actividades sociales. Más de la mitad de las empresas entrevistadas afirmaron poseer acciones de responsabilidad social.

De las empresas entrevistadas (43) afirmaron poseer acciones de responsabilidad social, lo que destaca la importancia del pilar social de las empresas ante la sociedad que los acoge (Werbach,

2010), pues estas acciones promueven la equidad en la distribución de bienes y renta además de reducir el distanciamiento entre los patrones de vida de las personas (Barbieri, 2016).

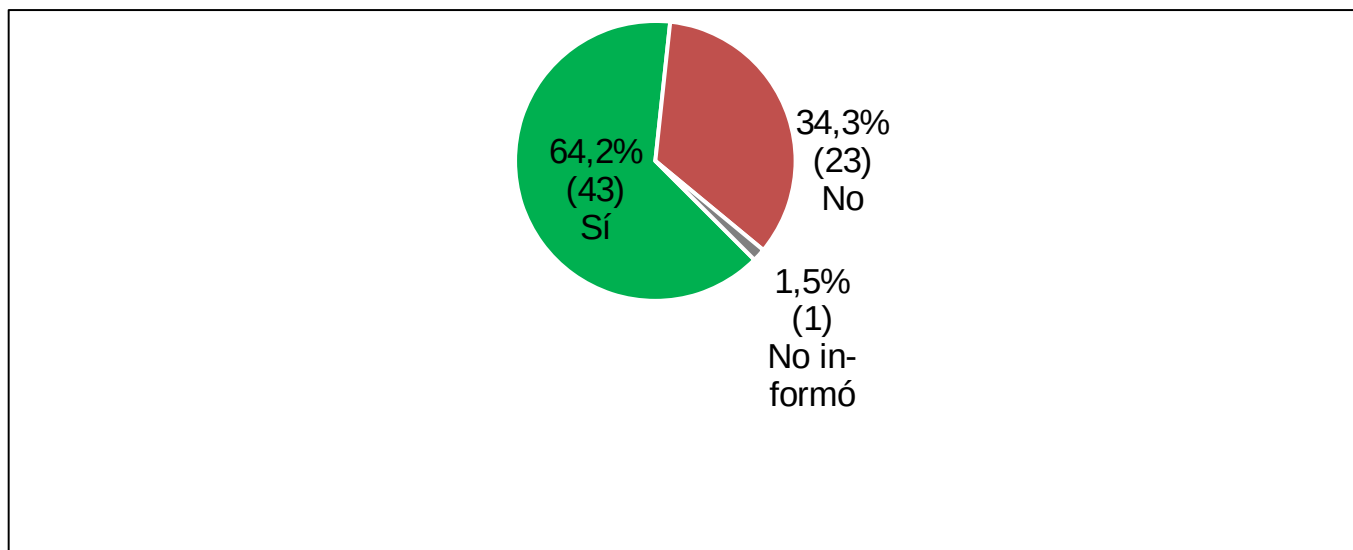


Gráfico 3 – Acciones de responsabilidad social de las empresas

Fuente: elaborada por la autora

Se ha preguntado a las empresas cuál es el nivel de importancia de las acciones sociales desarrolladas en la comunidad. Entre las posibilidades de respuestas, la atención con el cliente fue la que más obtuvo el nivel de importancia, seguida por la preocupación por la imagen que la empresa desea pasar a la comunidad. En tercer lugar, la preocupación de las empresas con sus competidores apareció para 29 de ellas. Y con menos importancia, se observó que solamente 11 organizaciones puntualizó como relevante la satisfacción de sus colaboradores. Estos datos se muestran en el gráfico 4.

La sostenibilidad promueve la participación. Werbach (2010, p.122), enfatiza que "crear una empresa duradera y que tenga una meta de sostenibilidad integral puede proporcionar un objetivo más amplio, además de la cuestión de los beneficios" para la empresa. Para los colaboradores la sustentabilidad puede ofrecer "oportunidad de prestar servicio a algo más grande que ellos mismos y

exponer techos con goteras antes de que se conviertan en catástrofes del tipo Katrina", destaca el autor.

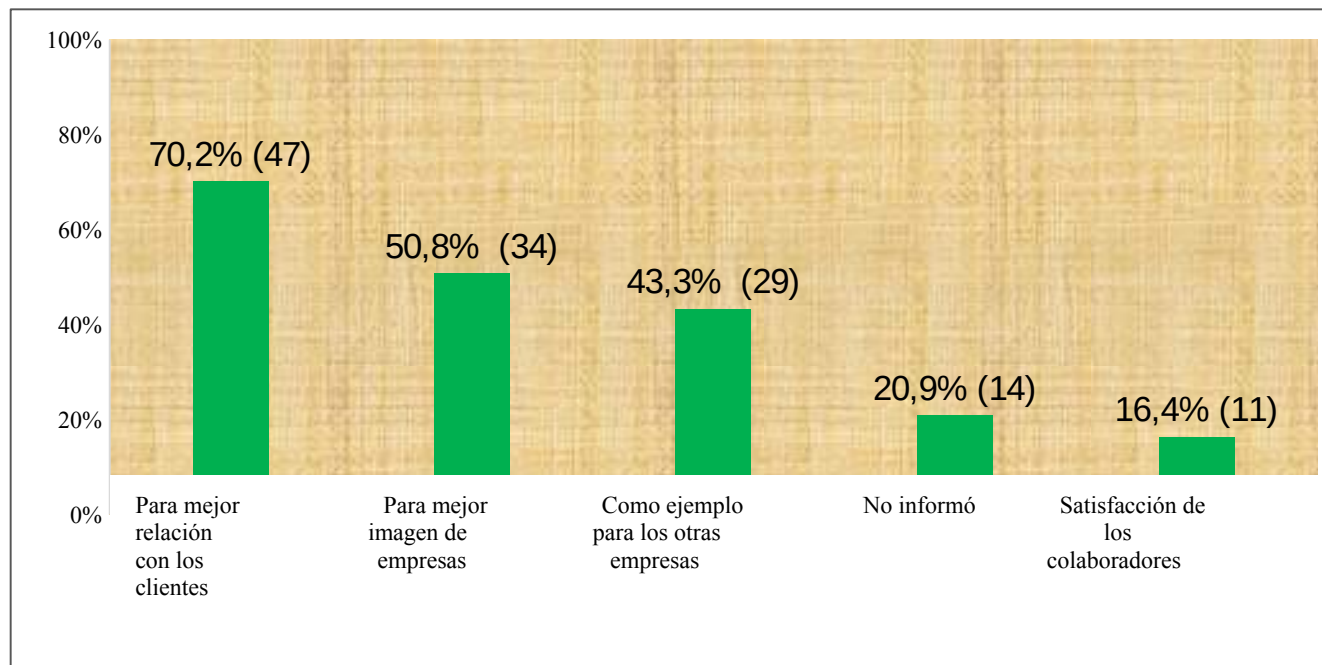


Gráfico 4 – Importancia de actuar con responsabilidad social

Fuente: elaborada por la autora

El autor explica que la sostenibilidad posibilita un camino para que los colaboradores contribuyan muchas veces de forma creativa e innovadora, para dejar aflorar características de liderazgo y generación de innovación, reforzando el compromiso de éstos en las acciones sociales de la empresa (Werbach,2010).

El gráfico 5 demuestra que todavía existe una larga caminata de concientización de las empresas en direccionales sus acciones sociales. Sería mencionar que las organizaciones necesitan entender que, en un mundo conectado y extremadamente complejo, sólo quedarán en el mercado aquellas que entiendan que hay que ir más allá de sus muros(Guevara, et al., 2009).

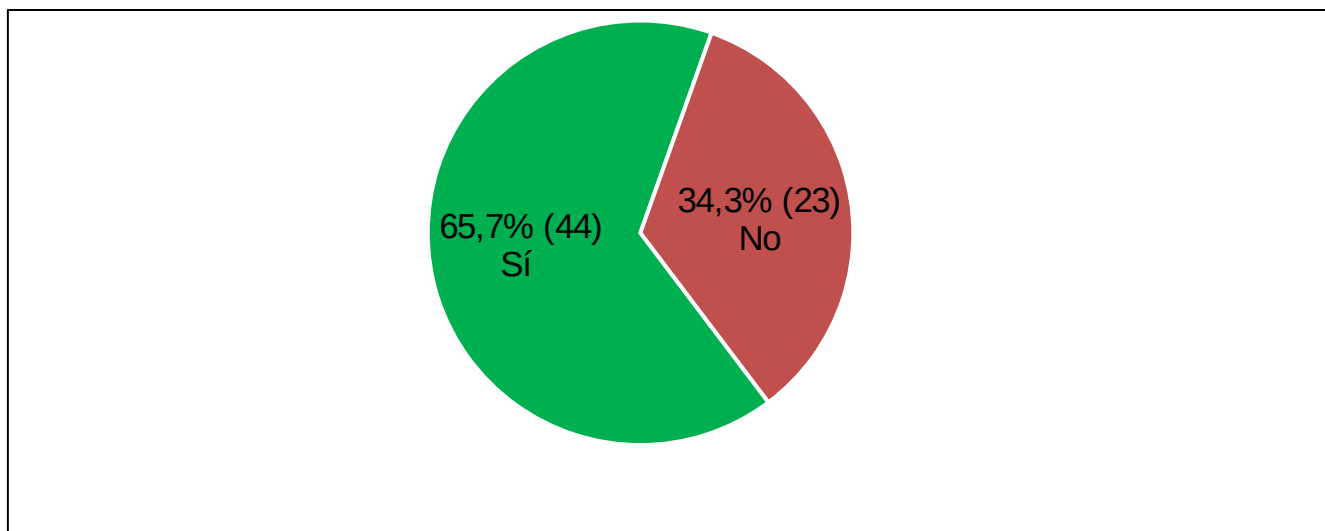


Gráfico 5 – Auxilio a entidades sociales

Fuente: elaborada por la autora

En la misma perspectiva, Guevara (2009, p.71), complementa que "Las articulaciones y la cooperación entre instituciones del Estado, organizaciones comunitarias y sectores del mercado crecerán en ventaja estratégica", si entienden que éste es el siglo de las alianzas para amenizar impactos de sus acciones.

Tabla 20 –
Caracterización de las entidades asistidas

	Frec.	%
Asistencia Social	28	63,6%
Cultura	19	43,2%
Salud	12	27,3%
Ocioyrecreación	8	18,2%
Deporte	3	6,8%
Educación	2	4,6%
Defensa de los Derechos	2	4,6%
Otros	1	2,3%
TOTAL	44	

Fuente: elaborada por la autora

Las acciones sociales de las organizaciones, no pueden ser confundidas con acciones asistencialistas. "El asistencialismo se traduce por el cultivo del problema social bajo la apariencia de la ayuda" (Breda, 2005, p.4) ya que, destina sobras, desarrolla dependencia del donante y del receptor, debilitando las acciones de ciudadanía en el asistido, además de aumentar los factores de desigualdad social. Pasa a ser una forma de presentar soluciones a cambio de algunas compensaciones.

El gráfico 6 cuestiona la participación de los colaboradores y de los familiares en los proyectos sociales adoptados por las empresas encuestadas.

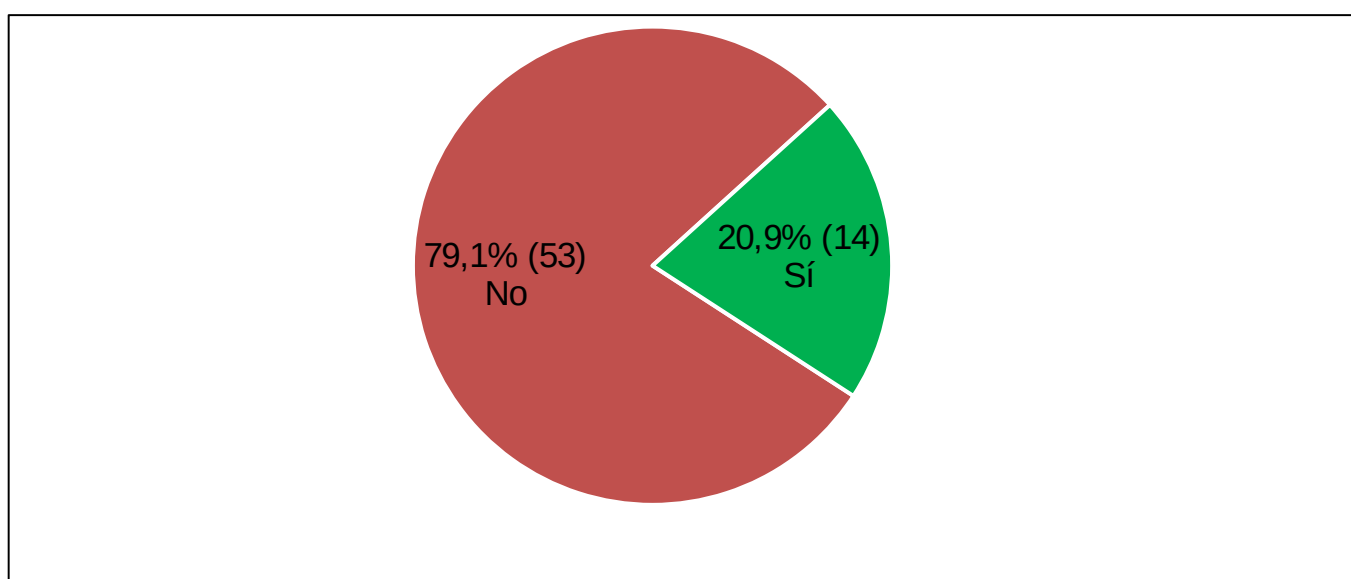


Gráfico 6 – Participación en proyectos sociales

Fuente: elaborada por la autora

Con los datos del gráfico 6 es posible apuntar una falta de metodología de las empresas estudiadas con relación a sus acciones sociales, teniendo en cuenta que la mayoría de ellas apuntó no involucrar a sus colaboradores y familiares. Se evidencia que los colaboradores desconocen lo que la organización donde trabajan, está realizando en términos de acciones sociales.

Así como se identifica que no hay una metodología para las acciones practicadas por las organizaciones estudiadas, tampoco existen estudios de impacto y comprobaciones de las actividades

que las empresas mencionan realizar. Los informes sirven para evaluar el impacto y posibles mejoras en las prácticas y procesos socioambientales.

El gráfico 7 demuestra que las acciones realizadas por las empresas no reciben la debida importancia, pues de las 67 empresas participantes, sólo 4 respondieron tener comprobantes de sus acciones y que éstos son de conocimientos de sus colaboradores en mayor número (Tabla 20).

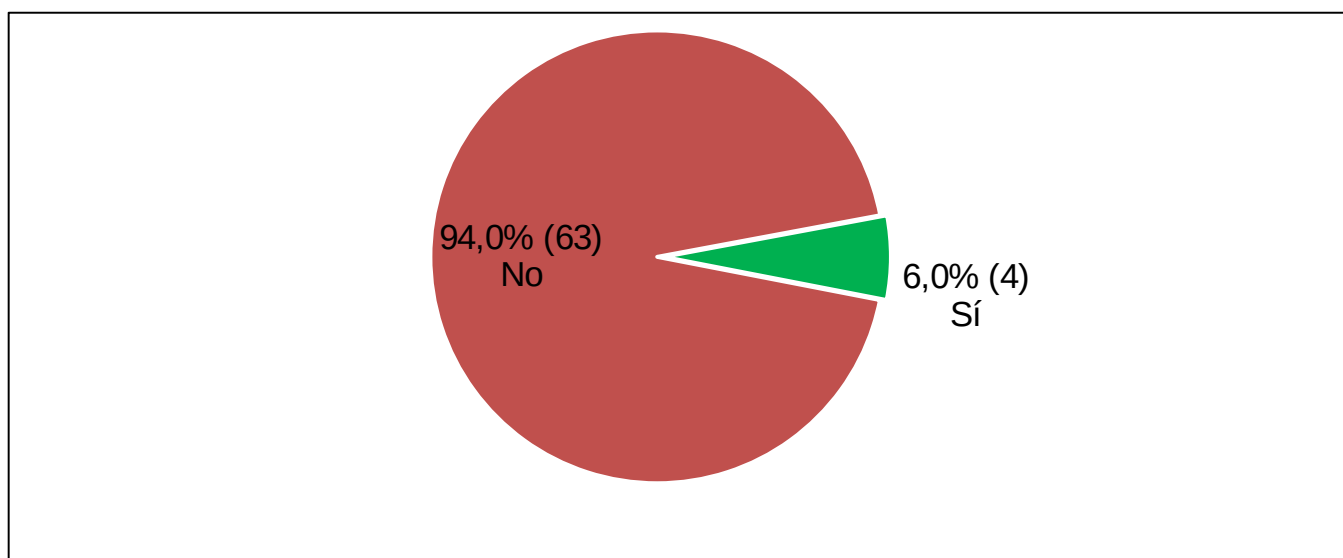


Gráfico 7 – Relato de las actividades sociales desarrolladas

Fuente: elaborada por la autora

La tabla 21 confirma, por los datos presentados, que las empresas estudiadas carecen de entendimiento conceptual sobre responsabilidad social, al no divulgar e incentivar las relaciones sociales de las familias y de los colaboradores. Les falta saber que: "La responsabilidad social y ambiental puede ser resumida en el concepto de" efectividad ", como alcance de objetivos del desarrollo económico-social. Por lo tanto, una organización es efectiva cuando mantiene una postura socialmente responsable "(Tachizawa, 2009, p. 55).

Cuando una organización no entiende que sus acciones e impactos son fundamentales para su supervivencia y pueden servir de estrategias competitivas es que se constata que aún queda mucho por hacer en el área socioambiental, a ejemplo.

No hay duda de que las empresas que aún no tienen en su propuesta estrategia acciones claras y organizadas dirigidas a la comunidad y el medio ambiente están obligadas a ser evaluadas negativamente por sus clientes, la comunidad y los stakeholders en general.

Tabla 21 –
La empresa divulga las acciones sociales

	Si	No	TOTAL
Colaboradores	100% (4)	0,0% (0)	100% (4)
Clientes	0,0% (0)	100% (4)	100% (4)
Proveedores	25,0% (1)	75,0% (3)	100% (4)
Comunidad	25,0% (1)	75,0% (3)	100% (4)
TOTAL	37,5% (6)	62,5% (10)	100% (16)

Fuente: elaborada por la autora

No hay más como negar la conciencia ambiental y cómo ésta viene alterando significativamente la mentalidad consumidora y, por consiguiente, las acciones empresariales. "La evaluación del desempeño de las organizaciones-antes medido con base en datos financieros- ahora sufre oscilaciones, dependiendo de los impactos ecológicos y sociales de sus actividades" (Curi, 2013: 71).

A falta aún a las empresas, es prestar la debida atención a la elaboración de informes periódicos de sostenibilidad (Curi, 2013), para difundir la comunidad las acciones realizadas por las empresas, pues la reciprocidad remite a la fidelidad, a la gratitud ya la identidad (Allasino, 1988) .

Las evidencias se comprueban con los datos recogidos en la tabla 22, que presenta la visión de los entrevistados sobre la importancia de suplir vacantes con las clases menos favorecidas y de mantener la inclusión social.

Tabla 22–
Inclusión social

	No	No informó	Sí	TOTAL
Detenidos y / o ex presidiarios	43,3% (29)	6,0% (4)	50,8% (34)	100% (67)
Ancianos	76,1% (51)	7,5% (5)	16,4% (11)	100% (67)
Portadores de deficiencias	77,6% (52)	6,0% (4)	16,4% (11)	100% (67)
Aprendices	68,7% (46)	6,0% (4)	25,4% (17)	100% (67)
Minorías raciales	49,3% (33)	6,0% (4)	44,8% (30)	100% (67)
Mujeres	31,3% (21)	6,0% (4)	62,7% (42)	100% (67)
TOTAL	57,7% (232)	6,2% (25)	36,1% (145)	100% (402)

Fuente: elaborada por la autora

Las empresas entienden que hay una necesidad de crear leyes de incentivo a la responsabilidad social, ya poner en práctica y medirlas es un factor que todavía requiere cambios culturales con relación a la concientización y beneficios. Las evidencias se comprueban con los datos recogidos en la Tabla 22.

Los datos de la encuesta apuntan que las empresas creen en la necesidad de leyes de incentivo a la inclusión social cuando el 91% está a favor de la creación de leyes de incentivo fiscal, pero sólo el 41,8% tiene un programa que promueve la salud y seguridad, así como a un número muy reducido que ofrecen planes de salud y apoyo social a sus empleados, es decir, de las empresas estudiadas sólo el 17,9% ofrecen esos beneficios.

No podrían aparecer datos diferentes con relación al incentivo a inversiones en desarrollo, capacitación y cultura, figurando de la siguiente manera: 64,2% respondieron que no incentivan la capacitación de sus colaboradores y sólo el 11,9% afirmaron que hay un estímulo a la cultura.

Los datos ponen en duda la veracidad de las respuestas dadas por las empresas. Se preguntó si la empresa conduce al equilibrio entre la vida profesional y la vida familiar, admitiendo, por ejemplo, horarios de trabajo flexible, acompañamiento de los hijos a las campañas de vacunación, etc. El cuestionamiento se da justo por el hecho de no existir incentivo a ninguna práctica y tampoco informes, evidencias y demostraciones que la empresa posea acciones sociales definidas. Lo que se confirma, cuando más del 89% de los entrevistados confirman no poseer equipos, prácticas y / o políticas que contribuyan a erradicar el trabajo infantil, esclavo y la inclusión de discapacitados.

Tabla 23 –
Acciones socioambientales de las empresas

	Sí	No	No informó	TOTAL
La empresa está a favor de la creación de leyes de incentivo fiscal que invierten en responsabilidad social	91,0% (61)	6,0% (4)	3,0% (2)	100% (67)
La empresa tiene un programa para promover la salud y la seguridad de los empleados	41,8% (28)	55,2% (37)	3,0% (2)	100% (67)
La empresa dispone de planes de salud y apoyo social de los trabajadores	17,9% (12)	82,1% (55)	0,0% (0)	100% (67)
La empresa estimula la capacitación profesional de sus colaboradores	64,2% (43)	35,8% (24)	0,0% (0)	100% (67)
La empresa invierte en cultura	11,9% (8)	53,7% (36)	34,3% (23)	100% (67)
La empresa conduce al equilibrio entre la vida profesional y la vida familiar, admitiendo, por ejemplo, horarios de trabajo flexible, acompañamiento de los hijos a las campañas de vacunación	77,6% (52)	17,9% (12)	4,5% (3)	100% (67)
Existen equipos, infraestructura y medios que responden a las necesidades de las personas con discapacidad	9,0% (6)	89,6% (60)	1,5% (1)	100% (67)
La empresa realiza sus compras en el mercado local, teniendo en cuenta el desarrollo local	76,1% (51)	19,4% (13)	4,5% (3)	100% (67)
La empresa adopta alguna práctica y / o política que contribuya a erradicar el trabajo esclavo	7,5% (5)	91,0% (61)	1,5% (1)	100% (67)
La empresa adopta alguna práctica y / o política que contribuya a erradicar el trabajo infantil	6,0% (4)	91,0% (61)	3,0% (2)	100% (67)
La empresa alienta a los empleados a manifestarse con críticas y sugerencias sobre la empresa, para mejorar el proceso productivo, los productos y servicios disponibles	74,6% (50)	20,9% (14)	4,5% (3)	100% (67)
Las condiciones de higiene, seguridad y confort en el trabajo son satisfactorias para los colaboradores	88,1% (59)	10,5% (7)	1,5% (1)	100% (67)
TOTAL	47,1% (379)	47,8% (384)	5,1% (41)	100% (804)

Fuente: elaborada por la autora

En fin, no se define más el patrimonio empresarial con base apenas en la evaluación de sus equipamientos e inmuebles. Los valores como reputación, credibilidad y responsabilidad socioambiental prometen definir el éxito de las grandes empresas en el siglo XXI. La gestión ambiental sostenible entra como un factor decisivo, aumentando la competitividad en el nuevo mundo de los negocios.

Algunas respuestas dadas por las empresas estudiadas son contradictorias. Se observa esto en las cuestiones sobre el incentivo al mercado local, manifestaciones de los colaboradores en favor de la mejora de los procesos de la empresa y sobre las condiciones de higiene, seguridad y confort en el trabajo. Si no hay un programa definido e informes sobre las acciones de responsabilidad social de las empresas, difícilmente se podrá afirmar que la empresa hace sus adquisiciones en el mercado local, teniendo en cuenta el desarrollo local y, tampoco, afirmar que la empresa alienta a sus colaboradores a manifestarse con críticas y sugerencias sobre la empresa, para mejorar el proceso productivo, los productos o servicios disponibles.

Los datos de las cuestiones sobre salud, seguridad de los colaboradores, capacitación profesional e inversión en cultura, comprueban que no existe ningún tipo de incentivo para el desarrollo de estas prácticas.

En cuanto a los beneficios concedidos a los colaboradores, hay un embate contradictorio en los datos recolectados y presentados en el gráfico 8. Las empresas respondieron que no poseen planes de salud y apoyo social de los trabajadores, en un total del 82,1% de las entrevistadas y cuando se les preguntó las condiciones de higiene, seguridad y confort en el trabajo son satisfactorias para los colaboradores se obtuvo el porcentaje del 88,1% de las empresas respondidas afirmando que sí, que ofrecen estas condiciones.

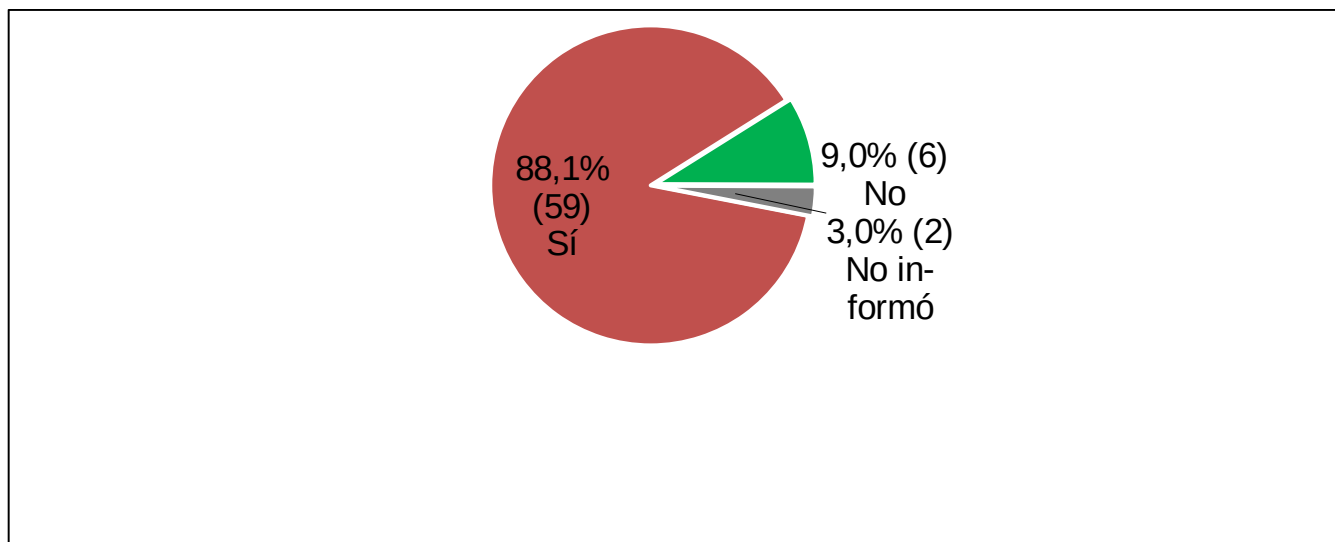


Gráfico 8 – Beneficios sociales disponibles a los colaboradores

Fuente: elaborada por la autora

La transparencia en las acciones es una reivindicación continua de los inversores y de la sociedad en general. "La tendencia es que las comunidades y los accionistas cubran más satisfacciones, interfiriendo en la forma en que las organizaciones conducen sus negocios. Por eso, los nuevos líderes deben acostumbrarse a la amplia divulgación de los efectos socioambientales de sus actividades "(Curi, 2013, p.71-72). El gráfico 18 y la tabla 23 también corroboran para esta contradicción.

Para Donaire (1999, p.101) "aún hoy, el comportamiento de algunas organizaciones es mantener el silencio sobre cuestiones medioambientales y rodear del máximo secreto toda la información sobre cómo se producen los productos, los riesgos involucrados y las precauciones que se están".

El autor explica que "[...] nada peor que intentar aparentar una imagen que no concuerda con la realidad. Las declaraciones públicas sobre los problemas ambientales deben caracterizarse por decir la verdad y actuar de acuerdo con lo que se dice "(Donaire, 1999, p.102).

Una organización realmente comprometida en los acontecimientos sociales, preocupada por sus prácticas e impactos en el medio ambiente, necesita que sus líderes y sus recursos humanos sean los

transformadores iniciales de esas acciones. Si la empresa tiene como objetivo implementar una gestión ambiental eficiente y eficaz, "[...] debe tener en cuenta que su personal puede transformarse en la mayor amenaza o en el mayor potencial para que los resultados esperados sean alcanzados" (Donaire, 1999,102).

Tabla 24–
Salud ocupacional

	Frec.	%
Ofrece instalaciones en buenas condiciones de uso	51	86,4%
Proporciona EPIs, orientar e incentivar el uso	50	84,8%
Orientación sobre la postura corporal durante las actividades profesionales	19	32,2%
Incentiva la práctica de actividades físicas	9	15,3%
No informó	1	1,7%
TOTAL	59	

Fuente: elaborada por la autora

En una misma dirección Donaire (1999, p.102) reafirma que el área de recursos humanos y el área ambiental, en la organización, necesitan desarrollar un programa intensificado para la concientización y el compromiso. Los resultados serán insignificantes si los trabajadores no están comprometidos. "Si la fuerza de trabajo está comprometida y mentalizada para la idea de gestión ambiental, habrá una mejora continua en los índices de calidad ambiental de la empresa".

2.5 Cuarto eje de la investigación: bloque económico

El cuarto eje de la investigación presenta los resultados de los cuestionamientos referentes a las cuestiones económicas, de planificación y criterios de certificación ambiental tanto en su ambiente económico como de sus proveedores. Además de cuestionar las acciones contables de las organizaciones con relación a sus prácticas socialmente responsables.

La tabla 24 presenta datos de características únicas y exclusivamente económicas. La preocupación se dirige a los aspectos financieros. En un total del 67,2% afirmó poseer una planificación económica en sus empresas y que la empresa posee un proceso de planificación en el momento de la compra, totalizando el 90,4% de las organizaciones respondidas.

Tabla 25 –
Planificación socioambiental de las empresas

	Sí	No	No informó	TOTAL
La empresa tiene una planificación económica	67,2% (45)	32,8% (22)	0,0% (0)	100% (67)
La empresa realiza planificación para las compras, hace comparativos entre proveedores	94,0% (63)	6,0% (4)	0,0% (0)	100% (67)
La empresa utiliza criterios socioambientales para selección de proveedores o requiere certificación ambiental	16,4% (11)	79,1% (53)	4,5% (3)	100% (67)
TOTAL	59,2% (119)	39,3% (79)	1,5% (3)	100% (201)

Fuente: elaborada por la autora

En lo que se refiere a criterios socioambientales para selección de compras, sólo el 16,4% afirmó exigir certificación ambiental. "[...] la verificación del retorno financiero de las inversiones realizadas en la prevención ambiental va más allá de las evaluaciones usuales de costo-beneficio". (Donaire, 1999,p.107).

De esta manera, "[...] el papel de la contabilidad ambiental y los informes anuales deberán contener valores que indiquen los gastos de la empresa en relación a la contaminación y degradación ambiental, así como las implicaciones financieras resultantes de la preservación ambiental." (Donaire, 1999, p.107).

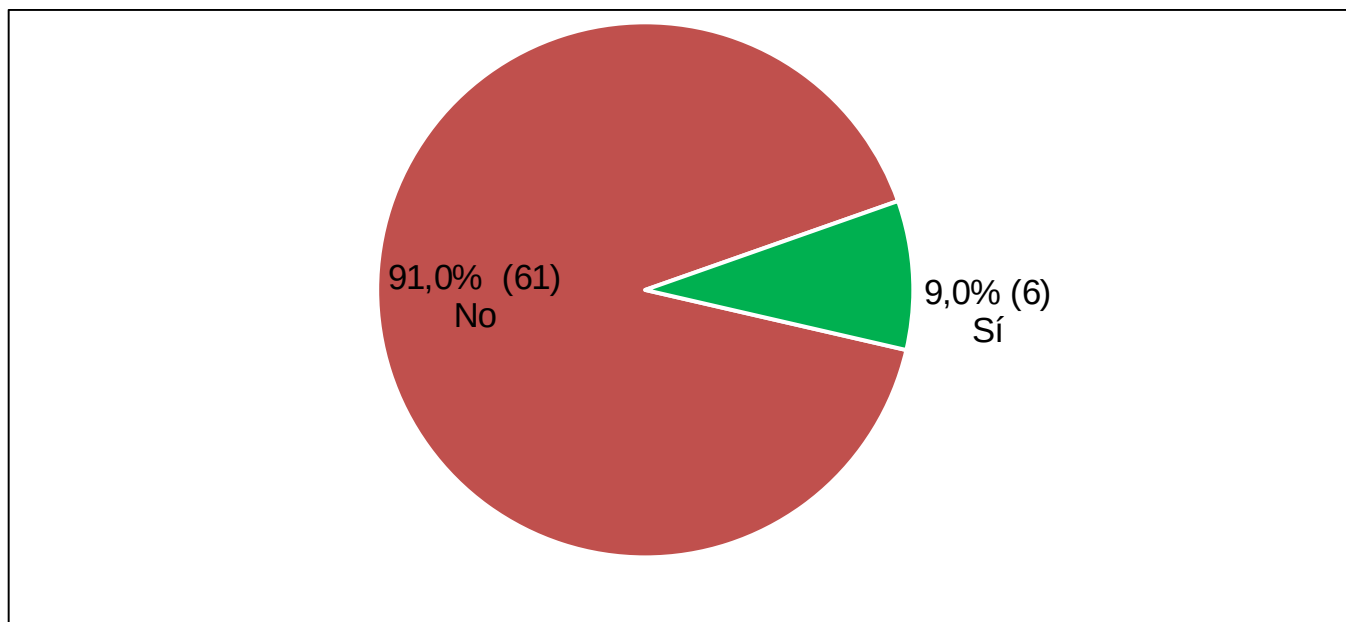


Gráfico 9– Sector de contabilidad en la empresa

Fuente: elaborada por la autora

Para Martins y De Luca (1994) la contabilidad ofrece mucho más que información sobre el resultado operacional de la empresa. Proporciona datos sobre las inversiones realizadas, la adquisición de bienes permanentes de protección a daños ecológicos, de gastos de mantenimiento, consumo o corrección de efectos ambientales del ejercicio en curso y de ejercicios anteriores, además de las obligaciones contraídas en favor del medio ambiente y hasta de medidas físicas, gerenciales, cuantitativas y cualitativas, emprendidas para recuperación y preservación.

De esta manera, el contador estando en posesión de datos precisos y teniendo la posibilidad de gestionar estas informaciones, estudiando todas las variables, entenderá ese proceso de gestión, y, por consiguiente, podrá desarrollar un control de adecuado de informaciones a registrar, medir y elaborar informes de las prácticas de la organización (Teixeira, 2000).

En la tabla 26, es posible averiguar que las organizaciones estudiadas, ya que no tienen una metodología implementada para administrar, controlar y monitorear los impactos de sus actividades socioambientales, tampoco podrán exigir un sector que cubra por la responsabilidad social, así queda

demostrado que el sector de la contabilidad de la organización, con un porcentaje del 88,1% no exige la eficiencia de la gestión ambiental, así como, no hacen uso de la información proporcionada por la contabilidad con fines gerenciales el 40% de las organizaciones.

Tabla 26 –
Papel del contador en las cuestiones ambientales

	Frec.	%
No informó	4	66,7%
Ninguno	1	16,7%
Controlador	1	16,7%
TOTAL	6	100%

Fuente: elaborada por la autora

Cuando se les preguntó sobre el control del flujo de caja, el 76,1% de las empresas respondieron afirmativamente, una vez más la cuestión económica más evidenciada que las cuestiones sociales.

Tabla 27 –
Uso de la información contable en la gestión

	No	No informó	Sí	TOTAL
¿El sector contable exige la eficiencia de la Gestión Ambiental?	88,1% (59)	7,5% (5)	4,5% (3)	100% (67)
La empresa hace uso de la información proporcionada por la contabilidad para fines gerenciales	34,3% (23)	6,0% (4)	59,7% (40)	100% (67)
La empresa ha implantado y realiza control del flujo de caja	20,9% (14)	3,0% (2)	76,1% (51)	100% (67)
La empresa posee separación entre los negocios del (de los) propietario (s) y los de la organización	25,4% (17)	4,5% (3)	70,2% (47)	100% (67)
La empresa tiene control de los costos y gastos ambientales	34,3% (23)	44,8% (30)	20,9% (14)	100% (67)
TOTAL	40,6% (136)	13,1% (44)	46,3% (155)	100% (335)

Fuente: elaborada por la autora

La tabla 28 presenta los tipos de controles gerenciales que las empresas estudiadas han implantado como una forma de gestionar sus negocios. La incidencia mayor fue el uso del control de

ventas con el 76,1% de las respuestas de las empresas, seguida de planilla de formación de precio con 68,7% y planilla de costo de producción con el 56,7%, luego se apuntó como modo de control el análisis de resultados por tipo de producto con 31.3%.

Tabla 28 –
Controle gerencial implantada

	Freq.	%
Control de ventas	51	76,1%
Planilla de formación de precios	46	68,7%
Planilla de costes de producción	38	56,7%
Análisis de resultados por tipo de producto	21	31,3%
Control de resultados por cliente	13	19,4%
Otras planillas	6	9,0%
Control de los gastos ambientales	5	7,5%
No informó	5	7,5%
TOTAL	67	

Fuente: elaborada por la autora

El control de resultados por cliente puntuó un porcentaje del 19,4%, y otras modalidades aparecieron con un porcentaje del 9,0%. La modalidad de control de los gastos ambientales apareció con sólo un porcentaje del 7,5%. Aún persiste el punto de vista acentuado sobre la visión tan sólo económica, lo que prevalece en las organizaciones y la variable del aumento de costos en el proceso productivo (Donaire, 1999).

La tabla 29 muestra que las empresas buscan cumplir con lo que es legalmente correcto, o sea, el 80,6% de ellas respondieron que poseen certificación ambiental, pero la certificación muchas veces sólo demuestra que la empresa quiere encuadrarse en acciones de sustentabilidad. La motivación y su uso a veces no tienen una legitimidad y la empresa no entiende que funciona como diferencial competitivo.

Tabla29 –
Exigencias de la certificación ambiental

	No	No informó	Sí	TOTAL
¿La empresa tiene licencia ambiental?	16,4% (11)	3,0% (2)	80,6% (54)	100% (67)
¿Los clientes de la empresa exigen certificación ambiental?	85,1% (57)	4,5% (3)	10,5% (7)	100% (67)
¿La empresa requiere comprobación ambiental de los proveedores y realiza investigaciones para conocer las principales prácticas de sostenibilidad de los proveedores?	83,6% (56)	6,0% (4)	10,5% (7)	100% (67)
TOTAL	61,7% (124)	4,5% (9)	33,8% (68)	100% (201)

Fuente: elaborada por la autora.

Bajo la mirada económica y financiera tener la certificación es de extrema importancia para la organización, pues significa una economía a medio y largo plazo, contribuyendo con acciones que evitan el desperdicio de recursos y la posibilidad de implementar controles de impactos de sus acciones sobre el medio ambiente.

Se comprobó esto cuando se cuestionó si las organizaciones exigían de sus proveedores certificación ambiental y se conocían las principales prácticas de sostenibilidad de sus proveedores el porcentaje totalizó el 90%, con no poseen y no informó. De la misma manera el porcentaje de clientes que no exigen la certificación ambiental totalizó en el 85,1%.

Pensar en cuestiones socioambientales es motivo de oportunidades, incluso cuando se pretende expandir mercados, bajar costos y, principalmente cuando la intención de la empresa es ingresar en el mercado internacional, donde algunas restricciones pueden estar relacionadas con barreras no arancelarias, muchas veces impuestas por otros países más desarrollados (Denardin, sa).³

³Denardin, Valdir; Vinter, Gláucia. **Algumas considerações acerca dos benefícios econômicos sociais e ambientais da certificação ISO 14000 pelas empresas.** Disponible em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:l8mCh0l8wpMJ:www.race.nuca.ie.ufrj.br/eco/trabalhos/comu1/4.doc+&cd=6&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Recuperado en: 22 de mayo de 2017.

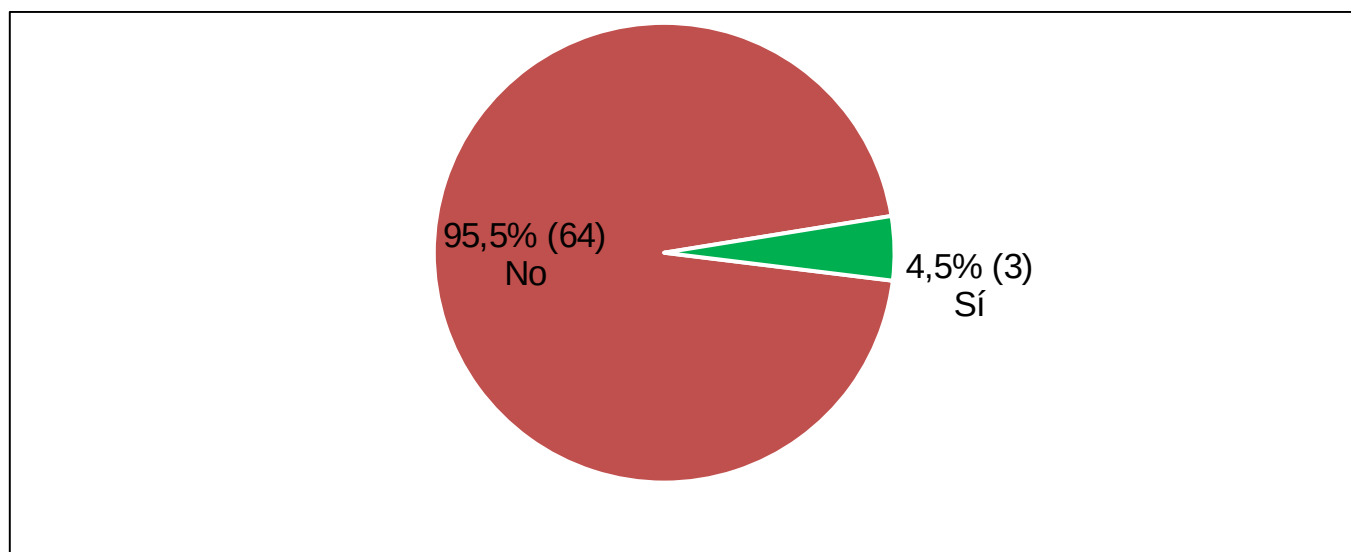


Gráfico 10– Vendas para el mercado externo

Fuente: elaborada por la autora

La investigación hizo referencias a las exportaciones efectuadas por las pequeñas empresas industriales de la microrregión de Cerro Largo, cuando fue preguntado a los entrevistados los principales destinos de las ventas para fuera del país. La tabla 30 presenta el destino de las exportaciones realizadas.

Tabla 30 –

Destino de las exportaciones

	Frec.	%
Alemania	1	33,3%
Argentina	1	33,3%
Australia	1	33,3%
Dinamarca	1	33,3%
Español	1	33,3%
Estados Unidos	1	33,3%
Francia	1	33,3%
Grecia	1	33,3%
Malasia	1	33,3%
No informó	1	33,3%
Portugal	1	33,3%
Uruguay	1	33,3%
Venezuela	1	33,3%
TOTAL	3	

Fuente: elaborada por la autora.

La tabla 31 presenta los datos referentes al cuestionamiento de cómo las empresas perciben la responsabilidad ambiental en la óptica de sus consumidores. De las 67 empresas entrevistadas 48 no informaron, configurando un no interés en la temática o en la forma de cómo usar esta información como un beneficio estratégico.

Tabla 31 –
La Responsabilidad Ambiental en la óptica del consumidor

	Frec.	%
No informó	48	71,6%
Continuidad de la empresa	7	10,5%
Nuevo modelo de comportamiento	7	10,5%
Crecimiento económico	5	7,5%
Carácter social y político	4	6,0%
Necesidad de supervivencia	3	4,5%
TOTAL	67	

Fuente: elaborada por la autora.

Kalb (2012, p.6) afirma que: "El valor percibido por el consumidor en una oferta resulta de la comparación entre los beneficios que percibe obtener en el intercambio con la empresa y el sacrificio percibido - monetario y no monetario - como necesario para la obtención de los beneficios".

El autor complementa que la mejor actitud de la empresa en el contexto ambiental puede ser considerada "[...] como un beneficio para los consumidores más conscientes, agregando valor a los productos. Sin embargo, esta postura necesita ser percibida por sus consumidores "(Kalb, 2012, p.6).

Con los datos presentados, todavía queda mucho por hacer para despertar en los consumidores una concientización ambiental. Sólo 7 empresas apuntaron como un nuevo modelo de comportamiento y otras 4 que justificaron como importantes, pues interfieren en las cuestiones de carácter social y político.

Portilla (2010, p.54). Afirma que "Acciones ambientales conscientes, bien informadas y preocupadas con cuestiones ambientales aparecen como nueva estrategia de cambios hacia la sociedad sostenible". Almendra (2012, p.26) expone que "[...] cuando los consumidores tengan suficiente conocimiento ellos tendrán la conciencia ambiental necesaria para convertirse en consumidores verdes".

La tabla 32 trae para análisis los datos referentes a cuestionamientos referentes a la competitividad de las organizaciones y la relación con la sustentabilidad y sus acciones ambientales. Se preguntó a las empresas si tienen estructura para competir con empresas del mismo sector, obtuvo como respuesta afirmativa un total de 82,1% y sólo 12 empresas respondieron que no tiene estructura para competir con otras del mismo ramo.

A continuación, la investigación cuestionó si para la empresa ser económicamente sustentable es necesario ser capaz de producir productos y servicios de forma que se establezca una relación de competitividad. Se obtuvo el 73,1% de respuestas afirmativas y el 22,4% de respuestas negativas y sólo el 4,5% no informó. Las organizaciones para llegar a ser económicamente sustentables, necesitan producir y ofrecer hasta el consumidor, tanto producto como servicio, de manera que determine una relación de competitividad justa con sus competidores. No obstante, esa relación de mercado y consumidor no debe herir el medio ambiente y necesita equilibrar las cuestiones sociales, políticas y del ecosistema a su alrededor. Cuando una organización obtiene ganancias de forma incorrecta, con trabajo esclavo o infantil, con degradación del medio ambiente, o explotación inadecuada de sus recursos, por ejemplo, seguramente no hay desarrollo económico sostenible, pues no existe acuerdo en las relaciones establecidas.

En la secuencia se preguntó a los encuestados si las organizaciones tienen un proceso de separación en el presupuesto de recursos destinados al cumplimiento de las acciones de sostenibilidad

económica, ambiental y social. Las respuestas entre no existir y no saber informar totalizaron el 95,5%, confirmando algunos datos ya presentados anteriormente que apuntan a la no existencia de una metodología o plan de control de las acciones socioambientales.

Tabla 32 –
Estructura Socioambiental de las empresas

	Sí	No	No informó	TOTAL
La empresa tiene estructura para competir con empresas del mismo sector	82,1% (55)	17,9% (12)	0,0% (0)	100% (67)
Para que la empresa sea económicamente sostenible es necesario ser capaz de producir productos y servicios de forma que se establece una relación de competitividad. ¿Su empresa posee esta característica?	73,1% (49)	22,4% (15)	4,5% (3)	100% (67)
Hay separación en el presupuesto de recursos destinados al cumplimiento de las acciones de sostenibilidad económica, ambiental y social	4,5% (3)	83,6% (56)	11,9% (8)	100% (67)
La evaluación de la sostenibilidad económica, ambiental y social forma parte del proceso de evaluación periódica de desempeño de la empresa	4,5% (3)	82,1% (55)	13,4% (9)	100% (67)
Los aspectos de la sostenibilidad económica, ambiental y social forman parte de la gestión y las decisiones operativas de la empresa	10,5% (7)	77,6% (52)	11,9% (8)	100% (67)
La dirección prioriza las cuestiones de la sostenibilidad económica, ambiental y social	13,4% (9)	77,6% (52)	9% (6)	100% (67)
En la empresa las acciones sociales tienen participación de los proveedores y de la comunidad	4,5% (3)	95,5% (64)	0,0% (0)	100% (67)
TOTAL	27,5% (129)	65,3% (306)	7,3% (34)	100% (469)

Fuente: elaborada por la autora.

En el caso de las empresas encuestadas, las empresas entrevistadas, así como los aspectos relacionados con la sostenibilidad económica, ambiental y social, no forman parte del proceso de evaluación periódica de desempeño de la empresa, totalizando entre no haber informado y no formar parte del 95,5% , de la sostenibilidad económica, ambiental y social no forman parte del manejo y de las decisiones operativas de la empresa sumando el porcentaje del 89,5% y, que tampoco la dirección prioriza las cuestiones de la sostenibilidad económica, ambiental y social, totalizando el total del 86,6% . Los índices presentados en estas cuestiones representaron indicadores altos para empresas

que están insertadas, modernamente, en contextos de desafíos de sostenibilidad. Ya no cabe más disociar acciones económicas de acciones sostenibles socialmente responsables.

Tachizawa (2009, p.50) explica que: "La gestión de las empresas en la era de la economía digital y la gestión ambiental y la responsabilidad social debe considerar como absolutamente normal una organización con sus fronteras ampliadas". Para Werbach (2010), los gestores sostenibles deben pensar y actuar de forma diferente, teniendo en cuenta elementos fundamentales para el desarrollo sostenible, entre los cuales planificar para el cambio.

La preocupación por las cuestiones ambientales y de responsabilidad social hace que las empresas de los nuevos tiempos "escojan a proveedores que atiendan a sus requisitos éticos y que atestigüen que los insumos productivos contratados atiendan a sus requisitos ambientales, predefinidos en su política corporativa" (Tachizawa, 2009, p.50) y permanezcan estrechamente vinculados a las organizaciones y para empresarse van emprender acciones cíclicas constantes, valorando la transparencia, construyendo estrategias dentro de las organizaciones (Werbach, 2010).

Se preguntó si en las empresas las acciones sociales tienen participación de los proveedores y de la comunidad, los datos suman el 95,5% de las que afirmaron que no hay una relación o incluso una alianza entre empresas, clientes y proveedores.

4 INSTRUMENTO DE GESTIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIOAMBIENTAL SUSTENTABLE DE LAS INDUSTRIAS DE PEQUEÑO TAMAÑO MICRORREGIÃO DE CERRO LARGO-RS

La microrregión, en la que pertenecen a las ciudades y las empresas estudiadas, están ubicadas en la mesorregión Noroeste Rio-Grandense, que comprende las ciudades de Caibaté, Campina das Missões, Cerro Largo, Mato Queimado, Porto Xavier, Guaraní das Misiones, Roque Gonzales, Salvador das Misssões, São Paulo das Missões, São Pedro del Butiá y Sete de Setembro.

Del total de las organizaciones de la microrregión, participantes de la encuesta, 55 son microempresas y 12 de ellas son pequeñas empresas. Se entrevistaron 67 gestores.

A los entrevistados se les preguntó qué tipo de alvará la empresa posee. Se observa que en el aspecto ambiental, exigencia primordial para el área industrial, no hay la totalidad de empresas que poseen este documento. En los aspectos de seguridad, de ubicación y sanitarios la ausencia se repite. Con la legislación, los requisitos de seguridad, de control ambiental y de prevención contra incendios, importantes y necesarios para el registro y el efectivo funcionamiento de la empresa, así como reconocen la ausencia de la documentación y sus implicaciones, todavía no poseen una metodología implementada.

Se evidenció que las cuestiones relacionadas con la responsabilidad socioambiental no son elementos preponderantes, aun cuando la legislación favorece y facilita la simplificación para las pequeñas y medianas empresas, como destaca el artículo 6 de la Ley Complementaria 123/2006:

Art. 6º Los requisitos de seguridad sanitaria, metrología, control ambiental y prevención contra incendios, para los fines de registro y legalización de empresarios y personas jurídicas, deberán ser simplificados, racionalizados y uniformados por los órganos involucrados en la apertura y cierre de empresas, en el ámbito de sus competencias (Ley Complementar 123/2006).

La adecuación de las empresas es un factor determinante para la permanencia en el mercado. Es imprescindible la realización del diagnóstico para evaluar las características particulares de las empresas y establecer estrategias para la gestión socioambiental.

En la encuesta realizada, a partir de las características de las empresas y de los entrevistados, se constató que en las pequeñas empresas, son elementos socioambientales significativos en cada bloque, a las cuestiones ambientales, sociales y económicas, que en el conjunto constituyen la sustentabilidad empresarial, como se puede averiguar en la figura 6.

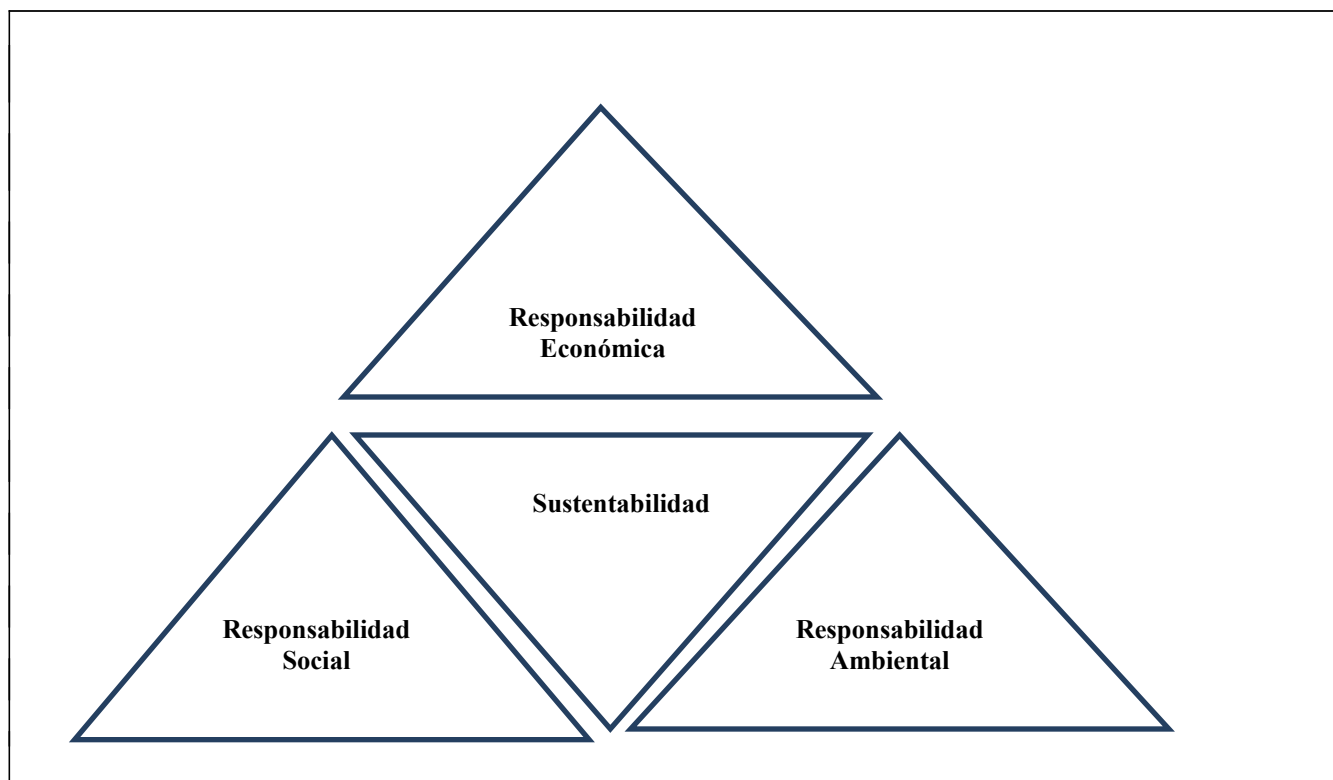


Figura 6- Trípode de datos de la investigación
Fuente: autora De la investigación

En lo que se refiere a las cuestiones medioambientales, las pequeñas empresas señalan que la gestión ambiental figura en las organizaciones de forma aún muy restringida.

La investigación presenta un modelo para la implementación de un sistema de gestión ambiental (SGA). En este proceso, algunas acciones y decisiones socioambientales deberán ser adoptadas por las organizaciones, si así lo desean mantenerse en el mercado y con ventajas competitivas.

A partir del uso adecuado de agua, uso de recursos, uso del suelo, emisión de gases, uso adecuado de luz, efecto invernadero, emisión de contaminantes hídricos, generación de residuos, entre otros, se pueden elaborar estrategias y hacer un análisis para identificar las acciones ya existentes con aquellas que necesitan ser incorporadas a la gestión, para que se reorganice la manera como se utilizan los recursos, para alcanzar los objetivos socioambientales que integran los objetivos organizacionales.

Con vistas a una gestión socioambiental planificada metodológicamente y que propicie conocimiento, aplicación de herramientas y prácticas, la etapa consiste en elaborar informes individualizados de los impactos de cada operación, de la empresa.

A partir de la propuesta de gestión sociambiental, en un segundo momento, hay una necesidad de diseminación de un plan entre empleados, clientes y proveedores. De esta manera, el desarrollo del conocimiento ambiental en los procesos de gestión dependerá de los actores participantes y la conciencia para convertirse en ventajas gerenciales y competitivas, entonces, es necesario que las cuestiones ambientales formen parte de la educación y el desarrollo de todos.

Las organizaciones deben asumir un compromiso corporativo para mejorar sus prácticas, disminuir las pérdidas y dirigir el desarrollo a los tres pilares: social, económico y ambiental. Según Werbach (2010), una estrategia empresarial exitosa está orientada hacia la sostenibilidad y va más allá del simplemente verde, lleva en cuenta cada una de las dimensiones del ambiente en que ella actúa: lo social, lo cultural, lo económico, además del ambiente natural.

Es complementar el pensamiento de Ghevara et al (2009, p. 105): "La creación de indicadores de sostenibilidad surgió como respuesta a la necesidad de herramienta de apoyo a la gestión, específicas para esa finalidad: la de operacionalización del desarrollo sostenible".

Se observó en el transcurso de la investigación que las pocas acciones de las empresas no constan en informes. Los diagnósticos apuntan a la necesidad de acciones de ciudadanía, de responsabilidad social y ambiental. Sistemas que en su mayoría están estructurados de forma similar y que ayudan a las empresas a gestionar sus impactos sobre el ambiente, siendo desarrollados y gestionados por la SGA.

La implantación de estos procesos, para las organizaciones estudiadas, debe presentar aspectos ambientales significativos de las empresas, de la misma manera como deben saber medirlos, para identificar la forma en que la organización influye en el ambiente con esos procesos. Al establecer este sistema metodológico de gestión socioambiental, también se hace necesario definir metas para reducir el impacto ambiental y medir el progreso económico para la consecución de los objetivos de la implementación de un instrumento de gestión para pequeñas empresas industriales de la microrregión de Cerro Largo - RS. Al final, ajustar objetivos o definir nuevas metas con las informaciones obtenidas a través de la medición de las acciones y, finalmente alcanzar la mejora continua.

A continuación se presentan los modelos e instrumentos para la implementación, ejecución y medición de las acciones socioambientales sostenibles en las organizaciones investigadas, además de estudiar los factores determinantes al desarrollo ambiental sostenible de las empresas industriales, determinando las acciones que influyen la competitividad y la supervivencia futura de las empresas.

El cuadro 9 se configura como primer instrumento de gestión y pretende ejecutar y medir las acciones ambientales en las organizaciones.

Cuadro9:Instrumento para gestión ambiental

OBJETIVO	INDICADOR	META			FRECUENCIA	RESPONSABLE	PLAZO
		Crítico	Moderado	Satisfactorio	INDICADOR		
Desarrollar acciones ambientales	5%	30%	60%	100%	semestral	Gestor ambiental	1 año
INICIATIVA	Mediante la implementación de un plan y un sistema de gestión ambiental- (SGA)						
	10%	60%	80%	100%	semanal	Departamento ambiental	semanal
INICIATIVA	Informes semanales de los impactos de cada operación de la empresa						
	45%	60%	80%	100%	semanal	Departamento ambiental	semanal
INICIATIVA	Acciones y decisiones de ecoeficiencia						
	30%	60%	80%	100%	mensual	Departamento ambiental	6 meses
INICIATIVA	Diseminación de un plan entre empleados, clientes y proveedores						
	10%	40%	60%	100%	mensual	Departamento ambiental	1 año
INICIATIVA	Uso adecuado de agua, uso de recursos, uso del suelo, emisión de gases, uso adecuado de luz, efecto invernadero, emisión de contaminantes, hídricos, generación de residuos						

Fuente:autora de la investigación

En la implementación del primer instrumento se hacen necesarias algunas acciones que involucren al público interno y externo de las organizaciones. Para este programa de acciones, hay la necesidad de nombrar a un gestor ambiental, o un colaborador que pueda ser el responsable de esta área. La función inicial de la gestión ambiental es la de formar un grupo de colaboradores que auxiliarán en el proceso del desarrollo de acciones ambientales.

Las cuestiones propietarias para esta etapa empiezan con el compromiso de conocer la temática a través de:

- ✓ Estudio cuidadoso sobre los impactos de las actividades de la empresa sobre el medio ambiente, buscando presentar datos sobre la sostenibilidad, las acciones de sostenibilidad y la gestión de estas acciones;
- ✓ Recolección estadísticas de datos sobre las acciones existentes.

El plan de recolección de datos puede seguir la observancia de las etapas señaladas por la Fundación Nacional de la Calidad (2009) apudTachizawa (2009, p.668-68) para así poder localizar sus acciones:

Etapa 1: la organización no asume responsabilidades ante la sociedad y no toma acciones en reacción al ejercicio de la ciudadanía. No hay promoción del comportamiento ético.

Etapa 2: la organización reconoce los impactos causados por sus productos, procesos e instalaciones, presentando algunas acciones aisladas, en el sentido de minimizarlos. Finalmente, busca promover el comportamiento ético. - La mayoría de las veces,

Etapa 3: la organización está iniciando la sistematización de un proceso de evaluación de los impactos de sus productos, procesos e instalaciones y ejerce algún liderazgo en cuestiones de interés de la comunidad. La participación de las personas en los esfuerzos de desarrollo social.

Etapa 4: el proceso de evaluación de los impactos de los productos, procesos e instalaciones está fase de sistematización. La organización ejerce liderazgo en cuestiones de interés de la comunidad de diversas formas. La participación de las personas en los esfuerzos de desarrollo social es frecuente. La organización promueve el comportamiento ético.

Etapa 5: el proceso de evaluación de los impactos de los productos, procesos instalaciones está sistematizado, buscando anticipar las cuestiones públicas. La organización lidera cuestiones de interés de la comunidad y del sector. El estímulo a la participación de las personas en los

esfuerzos de desarrollo social es sistemático. Existen formas implementadas de evaluación y mejora de la actuación de la organización en el ejercicio de la ciudadanía y en el tratamiento de sus responsabilidades públicas.

El plan tiene como objetivo alcanzar en un 10% la implementación de acciones que apunte al uso adecuado de agua, uso de recursos naturales, uso del suelo, emisión de gases, uso adecuado de luz, efecto invernadero, emisión de contaminantes, hídricos, generación de residuos, entre otros. Este plan necesita ser diseminado entre los empleados, clientes, proveedores y especialmente por los gestores de las empresas.

Para este proceso de gestión ambiental se aplica muy bien la herramienta 5W y 2H.

Cuadro 10: Aplicación de la herramienta 5W y 2H⁴

¿Quéhacer? What	¿Dónde? Where	¿Por qué? Why	¿Cuándo? When	¿Quién? Who	¿Cómo? How	¿Cuánto costará? Howmuch o
Através implementación de plano sistema de gestión ambiental	Dentro de la empresa	Mejorarlas acciones de responsabilidad ambiental	Todo el semestre	Colaboradores, clientes, proveedoresy gestores	Elaboración de hojas de cálculo con datos de uso de agua, residuos, suelo, uso adecuado de luz, reciclaje y reutilización de materiales, separación de la basura, ventilación, y otros	De acuerdo con cada empresa

Fuente: Adaptado de Meira (2003)

En posesión de la hoja de datos con las acciones, cada empresa podrá utilizar de la manera que le parezca oportuna a la divulgación de estas acciones, a fin de promoverse a través de estos resultados, obteniendo ventaja competitiva y por encima de todo, responsabilidad social efectiva y eficaz.

⁴Adaptado de Meira, R. C. As ferramentas para a melhoria da qualidade. Porto Alegre: SEBRAE, 2003.

Con estos datos y con indicadores que sustenten el desempeño de la organización y sus prácticas socioambientales, las empresas podrán fortalecer la imagen de que la sustentabilidad, con acciones bien definidas, es una responsabilidad social, no sólo parte del negocio.

Las acciones podrán ser divulgadas a través de informes anuales, boletines, publicaciones en la intranet e internet y otras formas de mostrar a toda la comunidad estas acciones.

En lo que se refiere a la responsabilidad social se sugiere un plan de acción que vislumbre los aspectos internos y externos de la organización.

Cuadro 11: Instrumento para la responsabilidad social

OBJETIVO	INDICADOR	META			FRECUENCIA INDICADOR	RESPONSÁBLE	PLAZO
		Crítico	Moderado	Satisfactorio			
Desarrollar acciones sociales	5%	30%	60%	100%	semestral	Gestor	1 año
INICIATIVA	A través de la implementación del plan de acciones sociales internas y externas						
	10%	60%	80%	100%	semanal	Departamento de gestión de personas y RH	semanal
INICIATIVA	Informes semanales de los impactos de cada acción de la empresa						
	45%	60%	80%	100%	semanal	Departamento de gestión de personas y RH	semanal
INICIATIVA	Acciones sociales						
	30%	60%	80%	100%	mensual	Departamento de gestión de personas y RH	6 meses
INICIATIVA	Dimensión interna y externa de la organización						
	10%	40%	60%	100%	mensual	Departamento de gestión de personas y RH Marketing	1 año
INICIATIVA	Gestión de los recursos humanos, seguridad e higiene en el trabajo, desarrollo personal y profesional, Desarrollo de acciones con la comunidad, clientes, proveedores de comunidades locales, etc.						

Fuente: autora de la investigación

En un primer momento la empresa necesita elaborar un plan de acción de dimensión interna, o sea, primero pensar en estrategias para su público interno. El Instituto Ethos, según Silva (2013, p.26-

27, apud, Tenório, 2004) presenta los indicadores de RSE, con relación a su actuación y el grado de compromiso en lo que se refiere a las cuestiones sociales, ambientales y éticas.

- 1 Relaciones con sindicatos: relaciona la participación de los empleados con sus respectivos sindicatos.
2. Gestión participativa: investiga la participación de los empleados en la gestión de la empresa.
3. Compromiso con el futuro de los niños: se refiere al posicionamiento de la entidad en la lucha contra el trabajo infantil.
- 4 Compromiso al desarrollo infantil: trata sobre la contribución de la entidad a los derechos de los niños.
5. Valorización de la diversidad: presenta cómo las empresas combaten las discriminaciones y valoran las formas de diversidad de la sociedad.
6. Compromiso con la no discriminación y promoción de la equidad racial: aborda el comportamiento de la empresa ante las desventajas de la población negra en el país.
7. Compromiso con la promoción de la equidad de género: diagnóstica cuál es la posición de la empresa ante la inserción femenina en el mercado de trabajo y en funciones especializadas.
8. Relaciones con los trabajadores tercerizados: identifica la relación de la empresa con los trabajadores tercerizados.
9. Política de remuneración y, beneficios y carrera: indica lo que la empresa hace para la mejora profesional de los empleados.

10. Cuidados de salud, seguridad y condiciones de trabajo: retrata las actitudes para proporcionar buenas condiciones de trabajo.
11. Compromiso con el desarrollo profesional y empleabilidad: abarca las actitudes tomadas para desarrollar los recursos humanos.
12. Comportamiento en los despidos: trata cómo la empresa actúa en los procesos de despidos.
13. Preparación para la jubilación: indaga como la empresa prepara a sus empleados para la jubilación.

Para Tachizawala responsabilidad social

es convergente con estrategias de sostenibilidad a largo plazo, incluye la necesaria preocupación de los efectos de las actividades desarrolladas en el contexto de la comunidad en que se insertan las empresas y excluye, por lo tanto, actividades en el marco de la caridad o filantropía tradicionalmente practicada por la iniciativa.(2009, p.69)

En segundo momento se hace necesario preparar las acciones de dimensión externa que serían las acciones para la comunidad. En esta dimensión se tienen en cuenta las cuestiones tales como: "[...] la naturaleza de las acciones, los problemas sociales solucionados; beneficiarios; socios y foco en las acciones "(Tachizawa, 2009, p.69). Estas acciones pueden ser muy bien representadas y explicadas en la pirámide de Carroll (1979). La autora propuso un modelo en forma de pirámide que presenta cuatro estructuras: Responsabilidad Económica, Responsabilidad Legal, Responsabilidad Ética y, por último, Responsabilidad Filantrópica.

Figura 7: Pirámide de responsabilidad social corporativa
Fuente: adaptado de Carrol (1979)

Como propuesta de un plan de gestión social también se aplica la herramienta 5W y 2H.

Cuadro 12: Aplicación de la herramienta 5W y 2H⁵

⁵Adaptado de Meira, R. C. As ferramentas para a melhoria da qualidade. Porto Alegre: SEBRAE, 2003.

¿Qué hacer? What	¿Dónde? Where	¿Por qué? Why	¿Cuándo? When	¿Quién? Who	¿Cómo? How	¿Cuánto costará? How mucho
Através de implementación de un plan de gestión social	Dentro y fuera de la empresa	Mejorar las acciones de responsabilidad social de la empresa	Todo el semestre	Colaboradores clientes y proveedores	Creación de leyes de incentivo fiscal que invierten en responsabilidad social, Programa para promover salud y seguridad de los colaboradores; Oportunizar planes de salud y apoyo social de los trabajadores; Estimular la capacitación profesional; Implementar un plan de incentivo a la cultura; Conducir al equilibrio entre la vida profesional y la vida familiar; Ofrecer medios que respondan a las necesidades de las personas con discapacidad; Ofrecer condiciones de higiene, seguridad y confort en el trabajo; Desarrollar el mercado local; Erradicar trabajo esclavo y trabajo infantil;	De acuerdo con cada empresa

Fuente: Adaptado de Meira (2003).

El informe será la preocupación de muchos dirigentes empresariales y que no realizan prácticas para mejorar el desempeño ambiental de sus empresas. Para Barbieri (2016, p.224) “[...] El informe debe resultar de actos voluntarios, tanto en lo que se refiere a las prácticas ambientales en cuanto a su relato”. Acciones de una empresa comprometida, proactivamente con el medio ambiente y que tiene que mostrar a los interesados o al público en general su informe ambiental. Pasando a ser un elemento de diferenciación que será tanto más importante para la empresa como para la sociedad que se preocupa por el medio ambiente.

De esta manera, los informes son vitales para mostrar a la comunidad lo que realmente la empresa viene realizando de acciones en su entorno tanto en la dimensión interna como externa.

En lo que se refiere a la responsabilidad económica, las empresas manifestaron la ausencia de una preocupación común en la utilización de criterios socioambientales para selección de proveedores o en la exigencia de certificación ambiental de los mismos.

Por este motivo, se hace necesario un plan de acción para que se averigüe y se instale una metodología que cambie estas actitudes, mejorando la responsabilidad económica de las empresas.

Las cuestiones para esta etapa empiezan con el compromiso de conocer la temática a través de una planificación económica que comienza en el instante de la selección de la empresa proveedora de sus materias primas, que ésta posea criterios claros y activos de acciones socioambientales, y que se construya una participación de un contador, para que éste pueda realizar una planificación más eficiente de una gestión ambiental y, supuestamente, implementar un control de flujo de caja y de costos, que figuren los gastos ambientales.

Cuadro 13: Instrumento para la responsabilidad económica

OBJETIVO	INDICADOR	META			FRECUENCIA INDICADOR	RESPONSABLE	PLAZO
		Crítico	Moderado	Satisfactorio			

Desarrollar acciones económicas	5%	30%	60%	100%	semestral	Gestor	1 año
INICIATIVA	Atraves implementación de plan de acciones económicas internas y externas						
	10%	60%	80%	100%	semanal	Departamento marketing-finanzas-contabilidad	semanal
INICIATIVA	Informes semanales de los impactos de cada acción de la empresa						
	45%	60%	80%	100%	semanal	Departamento de marketing, finanzas, contabilidad	semanal
INICIATIVA	Acciones económicas						
	30%	60%	80%	100%	mensual	Departamento de marketing, finanzas, contabilidad	6 meses
INICIATIVA	stakeholders						
	10%	40%	60%	100%	mensual	Departamento de marketing, finanzas, contabilidad	1 año
INICIATIVA	Elaboración de una planificación económica, selección de criterios socioambientales, más eficiencia en la gestión ambiental						

Fuente: autora de la investigación

En el mismo instante se hace necesario que la empresa, que no posee licencia ambiental, deba providenciar y que haga una evaluación junto a los proveedores, para averiguar sus acciones ambientales. Posterior a ello, debe realizar una investigación sobre la responsabilidad socioambiental en la óptica del consumidor y hacer las demás evaluaciones periódicas de las acciones económicamente sostenibles con la participación de los proveedores en las cuestiones de sostenibilidad económica, ambiental y social.

Cuadro 14: Aplicación de la herramienta 5W y 2H⁶

¿Qué hacer? What	¿Dónde? Where	¿Por qué? Why	¿Cuándo? When	¿Quién? Who	¿Cómo? How	¿Cuánto costará? How mucho
Através de	Dentro y fuera	Mejorar las	Todo el	clientes	Elaboración de una	De

⁶Adaptado de Meira, R. C. As ferramentas para a melhoria da qualidade. Porto Alegre: SEBRAE, 2003.

implementación de plan económico	de la empresa	acciones de responsabilidad económicas de la empresa	semestre	yproveedores	<p>planificación económica, planificación de compras, selección de criterios socioambientales para proveedores;</p> <p>Mayor participación del contador en las acciones económicas de la empresa.</p> <p>Mayor eficiencia en la gestión ambiental;</p> <p>Implementar control de flujo de caja y de costos y gastos ambientales, proveer en licencia ambiental para la empresa y proveedores, averiguar las acciones ambientales de los proveedores, realizar investigaciones sobre responsabilidad ambiental desde el punto de vista del consumidor, evaluaciones periódicas de las acciones económicamente sostenibles, participación de los proveedores en las cuestiones de sostenibilidad económica, ambiental y social.</p>	acuerdo con cada empresa
----------------------------------	---------------	--	----------	--------------	---	--------------------------

Fuente: autora de la investigación

Al elaborar una metodología en conjunto interese de todos y que tenga un control, en lo que concierne a la responsabilidad económica, las empresas que van a tener a esta planificación económica estructurada, que traduce el crecimiento económico de la organización, que no afecte la sustentabilidad ambiental o social, podrán planificar, desde la compra de sus productos, insumos principales, incluso su relación de asociación con sus proveedores, o sea, estrictamente con aquellos que posean la misma filosofía de responsabilidad socioambiental. Por lo tanto, estarán perpetuando el desarrollo de los negocios, pensando y obteniendo el lucro y el bien social, sin afectar los recursos ambientales.

En el proceso de planificación de compras, la organización podrá elegir los criterios socioambientales que le convenga y que sean los más adecuados para su empresa.

Todos estos procesos deben tener un mayor seguimiento de un responsable por parte de las finanzas de la empresa, preferentemente un contador, ya sea de la empresa o tercerizado. Este tendrá la posibilidad de elaborar informes más eficientes de gestión ambiental, presentando un control de flujo de caja y los gastos e inversiones que la empresa pueda tener con las cuestiones socioambientales. El contador también podrá ser el encargado de proveer las licencias legales para la empresa y exigir a los proveedores que tengan las suyas, así como, averiguar qué acciones los proveedores están practicando en favor de lo social y ambiental, a fin de proponer acciones conjuntas que puedan servir de estrategias competitivas.

El departamento de marketing elaborará cuestionarios para conocer la percepción de los clientes tanto internos como externos sobre las acciones de responsabilidad socioambiental de la organización. En posesión de estos datos, tabulados y analizados, podrán usarlos para reforzar la marca y sus acciones sociales.

5 CONCLUSÕES

Esta investigación se propuso hacer un estudio detallado de pequeñas empresas industriales en la microrregión de Cerro Largo - RS. La región de Cerro Largo está ubicada en la mesorregión del Noroeste del estado de Rio Grande do Sul, comprendiendo 11 municipios. Se entrevistaron 67 gestores de MPEs. La base de la economía es agricultura familiar, máquinas, implementos agrícolas, producción lechera y sector agroindustrial en general.

La investigación muestra el cambio del proceso de la actual gestión ambiental en las organizaciones estudiadas, construyendo instrumentos metodológicos que puedan auxiliar en la implementación de programas de desarrollo ambiental de acuerdo con los aspectos sociales, jurídicos y económicos de la empresa y en alianzas con sus stakeholders.

El principal objetivo del estudio versa sobre los procesos de gestión de desarrollo socioambiental de las organizaciones en el sentido de proponer un instrumento de gestión para pequeñas empresas industriales de la microrregión de Cerro Largo - RS, además de estudiar estos factores la investigación objetivó determinar los hechos que influyen la competitividad y la supervivencia futura de las organizaciones; estudiar la cultura organizacional de las pequeñas empresas industriales; analizar las estrategias de gestión ambiental de las organizaciones; determinar las ventajas y desventajas de la implementación de estrategias socioambientales de las pequeñas empresas industriales y la percepción de sus resultados por parte de los gestores y por fin proponer un modelo de instrumento de gestión socioambiental sostenible adecuado para las necesidades de pequeñas empresas industriales en la microrregión de Cerro Largo - RS.

A fin de buscar alcanzar los objetivos, se elaboraron cuestiones para posteriormente ser aplicadas a los gestores de estas organizaciones, para de esta manera, poder establecer cuáles son las

razones que definen el desarrollo ambiental sostenible de las empresas. Así, en posesión de los primeros datos fue posible averiguar que aún persisten factores que influyen de forma negativa en la posibilidad de organización de acciones socioambientales. Aunque se constató que ocurre la inexistencia de acciones por no figurar una metodología para la aplicación correcta de acciones que puedan ser significativas para la empresa y la dimensión interna y externa. Las empresas desconocen que acciones de esta magnitud pueden elevar sus ventajas competitivas y hasta su permanencia en el mercado.

Al analizar la cultura de las organizaciones estudiadas, se observó que algunas no poseen la licencia ambiental y tampoco hay un interés en tenerlo. La cultura necesita ser modificada en estas organizaciones. Es urgente la necesidad de una transformación interna para que las acciones externas tengan el resultado deseado.

De esta manera para que se implemente un proceso de gestión socioambiental es necesario que se hagan ajustes en la cultura interna de las empresas. Estos ajustes empiezan por conocer, estudiar y difundir más sobre la temática de la responsabilidad socioambiental, haciendo que todos los clientes internos y externos participen voluntariamente en ese proceso de cambio y alcance de objetivos de la RSC.

Alentar al equipo a participar en acciones, que no sólo aquellas que busquen lo económico, buscando lo sustentable. Una estrategia de innovación y desarrollo de actitudes, de compromiso de la organización, que trasciende a sus acciones internas. El cambio de cultura implica una ruptura de paradigmas, en un cambio de postura que comienza por los gestores y se extiende a los colaboradores y que automáticamente reflejará a todos los involucrados en la organización y los que dependen de ella.

Las organizaciones estudiadas son conscientes de su papel y su importancia en el proceso de desarrollo socioambiental sostenible y supapel social en la comunidad en la cuales están inseridas. Todavía no saben cómo desarrollar estas acciones, pues les falta una metodología.

Al analizar las estrategias de gestión ambiental de las organizaciones, se observó que las inversiones no son prioridades y, que ni siquiera existe la figura de un gestor ambiental o un responsable por esta área dentro de la organización. No hay ningún colaborador destinado a pensar y ejecutar acciones de responsabilidad socioambiental. De esta manera, no hay como medir de forma precisa los índices de desempeño de las organizaciones y ni de precisar qué acciones se están poniendo en prácticas, ya que no existen informes.

Los datos recogidos en la encuesta apuntaron que las organizaciones, por no tener una metodología de implementación y evaluación de sus acciones, presentan índices elevados de descontrol de los impactos ambientales que producen sus productos.

Es sabido que las organizaciones para mantenerse en el mercado necesitan una serie de acciones, entre ellas formular estrategias sociales y ambientales que revelen sus actitudes de preocupación, frente a un escenario de desigualdades sociales. Ante eso no tiene como no pensar en cambios, en crecimiento y en competitividad sin pensar en las acciones de RSC. Pese a ello, incluso los consumidores se están convirtiendo en sujetos más conscientes y cada vez más tienen interés en la forma en que se producen los productos y servicios.

Por último, al analizarse los resultados de los datos presentados en la investigación, se verificó que las empresas no poseen una percepción de sus resultados por parte de los gestores y al final, se propone un modelo de instrumento de gestión socioambiental sostenible adecuado para las necesidades de pequeñas empresas industriales en la microrregión de Cerro Largo - RS.

La metodología consiste en preparar planes de acciones divididos en los ejes: el ambiental, lo social y económico.

Para cada plan propuso una metodología, que exigirá un responsable o grupo responsable. Estos serán los encargados de formular las acciones que puedan involucrar a cada sector de la empresa sea interno o externo. Las acciones serán medidas, analizadas y evaluadas semanalmente y, posteriormente presentadas en un informe mensual.

Las acciones son simples, van desde una observancia de cómo se utilizan los recursos de energía, agua, embalajes, reciclaje, reutilización de materiales, así como las acciones sociales internas y externas. En posesión de informes, se podrán elaborar cuadros comparativos que evidenciarán los aspectos económicos y automáticamente de qué manera estos pueden ser utilizados de forma competitiva.

Como se trata de pequeñas empresas, las acciones pueden ser divididas por grupos o sectores de actividades. Estas acciones, incluso podrán ser sugeridas por los propios colaboradores, en lo que se refiere a las acciones ambientales, a ejemplo. Un primer estudio apunta a cómo se utilizan elementos como agua, energía, descarte de basura, reutilización de material, reciclado, qué tipo de material biodegradable se utiliza. Se debe prestar atención a las cuestiones del aire para la evaluación de la reducción de emisiones de gases contaminantes, causantes del efecto invernadero. No es posible la sustitución de máquinas más económicas que se hagan checklist semanalmente y que se utilicen lámparas económicas. La recolección selectiva de residuos debe ser puesta en práctica en la organización. La empresa necesita adoptar basureros y recolectores de basura adecuados.

En esta etapa es necesario que se organicen los medios de reaprovechamiento de sobras en el proceso productivo. Muchos pueden ser reaprovechados o incluso ser transformados en producción de empleo y renta para la comunidad. Es necesario monitorear en todo momento la utilización correcta

de los colectores, evitando la acumulación y transbordo de residuos líquidos o sólidos. Los responsables de este proceso deben conocer el correcto descarte de estos residuos y con ello promover acciones sociales que puedan generar empleo y renta, a ejemplo.

La empresa puede lanzar campañas internas que conciencien cada vez más a sus colaboradores a contribuir con acciones sostenibles. Estas campañas apuntan a la adopción de nuevas conciencias educativas ambientales que generarán nuevos valores ambientales para la empresa y para la comunidad. La relación entre empresa y colaborador se ha fortalecido, haciendo que el colaborador se convierta en un gran aliado de los objetivos de la empresa.

Las acciones bien establecidas dentro de la organización replicarán positivamente en los proveedores y en los consumidores, incentivando la adhesión al consumo consciente y adherencia a la causa sostenible.

En un proceso de concientización que comienza dentro de la organización con pequeñas acciones, pero de grandes resultados, demuestra cuánto la empresa tiene en destaque su preocupación con aspectos socioambientales, sin olvidarse de los aspectos económicos y sociales.

Al final, esta investigación no está cerrada en sí, pues, de ella es posible abrir nuevas oportunidades de estudios, sería afirmar que con esta metodología propuesta, las empresas podrían generar empleo y renta a la comunidad, originando, a partir de este enfoque otros estudios, como por ejemplo, el pago por servicio ambiental (PSA), cooperativas de reciclados con los materiales descartados, asociación de empleados y comunidad para acciones que busquen mejora para el medio ambiente, creación de sellos de empresa verde por las acciones socioambientales, dentro de otras.

6 BIBLIOGRAFÍA

ACSELRAD, H. (1999). *Discursos da sustentabilidade urbana*. Revista brasileira de estudos urbanos e regionais, p. 79-90, n. 1, maio.

ALLASINO, F. I. (1988). *Modello di regolazione dell'economia come strumento di analisi dell'economia informale*. Quaderni di Sociologia, n. 11,.

ALMEIDA, F. B. (2007) *Os desafios da Sustentabilidade: uma ruptura urgente*. Rio de Janeiro: Campus.

ALMEIDA, F. B. (2009) *Experiências empresariais em sustentabilidade avanços, dificuldades e motivações de gestores e empresas*. Rio de Janeiro: Campus, Elsevier.

ALMENDRA, F. B. (2017). *Consumidor verde: estudo de caso sobre perfil e características do mercado*. Disponível em: http://www.stratmarket.com.br/publicacoes/Consumidor_Verde.Pdf Recuperado em 22 de maio de 2017.

ALPERSTEDT, G.; QUINTELLA, R. H.; E SOUZA, L. R. (2011). *Estratégias de gestão ambiental e seus fatores determinantes: uma análise institucional*. RAE, São Paulo, v. 50, n. 2, p. 170-186. abr./jun., 2010.

AMBIENTE BRASIL. (2011). *Passivo ambiental e os ciclos produtivos dos sistemas econômicos*. Disponível em: <www.ambientebrasil.com.br>. Capturado em: 18 ago. 2016. 2011.

BARBIERI, J. C.; E ÁLVARES, A. C. T. (2003). *Inovações nas organizações empresariais*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas,

BARBIERI, J. C. (2016). *Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos*. 4ª ed. São Paulo: Saraiva.

BARBOSA, G. S. (2008). *O desafio do desenvolvimento sustentável*. Revista Visões, 4. ed., n. 4, v. 1. Jan./jun.,

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo, Almedina.

BEBBINGTON, J. (2001). *Sustainable development: a review of the international development, business and accounting literature*. Univ. of Aberdeen Acct, Finance & Mgmt Working Paper No. 00-17. University of Aberdeen - Business School: UK,

BETTMAN, J. R.; LUCE, M. F.; AND PAYNE, J. W. (1998) *Constructive consumer choice processes*. Journal of Consumer Research, ABI/INFORM Global, p. 187-217, v. 25, n. 3, dec.,

BRASIL. *Secretaria de Educação Fundamental*. (2001). Parâmetros Curriculares Nacionais: meio ambiente: saúde. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília: A Secretaria.

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Pesquisa Industrial - Empresa 2014*. [online] Disponível na internet via WWW URL: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/industria/pia/empresas/2014/defaulttabzip.shtm>

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2014*. [online] Disponível na internet via WWW
URL:<http://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=297205>

BRASIL. Lei 11.520 de 03 de agosto de 2000. *Institui o Código Estadual do Meio Ambiente do Estado do Rio Grande do Sul e dá outras providências*.

BRASIL. Lei 13.914 de 12 de janeiro de 2012. *Código de Processo Civil*. Diário Oficial. Brasília. DF. 13 jan. 2012.

BRASIL. Lei 6.938 de 31 de agosto de 1981. *Dispõe sobre a Política Nacional do Meio Ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação, e dá outras providências*.

BRASIL. *Lei geral das micro e pequenas empresas - Entenda as diferenças entre microempresa, pequena empresa e MEI*. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>> Recuperado em: 25 out. 2016.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA. Manual de gerenciamento de resíduos de serviços de saúde. Brasília: Ministério da Saúde. (Série A. Normas e Manuais Técnicos. v. 1) 2006.

BRASIL. Lei nº 9.795 de 27 de abril de 1999. Dispõe sobre a educação ambiental, institui a Política Nacional de Educação Ambiental e dá outras providências.

BRASIL. Parâmetros Curriculares Nacionais: Apresentação dos Temas Transversais, Ética. Brasília: MEC, 1997.

BREDA, E., M., BREDA, F., A. (2005). *Responsabilidade Social: entre o assistencialismo e a moderna gestão corporativa*. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2005-aps-0208.pdf>. Recuperado em: 18 de mayo de 2017.

BRUNDTLAND, G. H. (Org.) (1987). *Nosso futuro comum*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas,

CANEPÀ, C. (2007). *Cidades sustentáveis: o município como locus da sustentabilidade*. São Paulo: RCS.

CARROLL, A. B. A (1979). *Three-dimensional conceptual modelo fcorporateperformance*. Academy of management review, p. 497-505,

CARSON, R. (1962). *Primavera Silenciosa*. São Paulo: Melhoramentos,

CARVALHO, I. C. M. (2004) *Educação ambiental: a formação do sujeito ecológico*. São Paulo: Cortez,

CARVALHO, J. M. C.. (2002) *Logística*. 3. ed. Lisboa: Edições Silabo.

CASTRO, A. C. F.; OLIVEIRA, B. (2009). *O desenvolvimento sustentável e as implicações da Produção Mais Limpa: um estudo de caso no setor moveleiro*. Disponível em: <http://www.fap.com.br/artigo_exaluna.pdf>. Capturado em: 02 jul. 2016.

CASTRO, M. A. (2008). *A reciclagem no contexto escolar*. Disponível em: <<http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/448-4.pdf>>. Capturado em: 04 jul. 2016,

- CERVO, A. L. (1996). *Metodologia científica*. São Paulo: Makron Books,
- CMMAD – (1991). *Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Nosso futuro comum*. 2. ed. Tradução de Our common future. 1. ed. 1988. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas,.
- CONSELHO EMPRESARIAL BRASILEIRO PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (CEBDS). (2016). *Ecoeficiência*. Disponível em: <<http://cebds.org/?s=ecoefici%C3%Aancia&lang=pt-br>>. Recuperado em: 21 abr. 2016.
- COOPER, D. R.; E SCHINDLER, P. S. (2003). *Métodos de pesquisa em administração*. 7. ed. São Paulo: Bookman.,
- COSTA, C. A. G. (2012). *Contabilidade Ambiental: mensuração, evidência e transparência*. São Paulo: Atlas,
- CURI, D.(2013). *Gestão ambiental*. São Paulo: Person Prentice Hall,
- DENARDIN, V.; VINTER, G. (2017). *Algumas considerações acerca dos benefícios econômicos sociais e ambientais da certificação ISO 14000 pelas empresas*. Disponível em: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:l8mCh0l8wpMJ:www.race.nuca.ie.ufrj.br/eco/trabalhos/comu1/4.doc+&cd=6&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Recuperado em: 22 de mayo de 2017.
- DONAIRE, D.(1994). *Considerações sobre a influência da variável ambiental na empresa*. Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 68-77 Mar./Abr
- DONAIRE, D.(1999). *Gestão Ambiental na Empresa*. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas,
- DREE - Departamento de Racionalização das Exigências Estatais - Tratamento Diferenciado às Micro e Pequenas Empresas: Legislação para Estados e Municípios. 2014. Brasília.
- ELKINGTON, J.(2012). *Sustentabilidade: canibais com garfo e faca*. São Paulo: M. Books do Brasil,
- ETHOS. INSTITUTO.(2013). *Indicadores Ethos de responsabilidade social - glossário*. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/conteudo/iniciativas/indicadores/>>. Recuperado em: 17 abr. 2013.
- FERREIRA, D. A.; ÁVILA, M.; E FARIA M. D.(2010). *Efeitos da responsabilidade corporativa na intenção de compra e no benefício percebido pelo consumidor: um estudo experimental*. Revista de Administração, São Paulo,
- FIGUEIREDO, P. J. M.(1994). *A sociedade do lixo: os resíduos, a questão energética e a crise ambiental*. 2. ed. Piracicaba: UNIMEP,
- FREEMAN, R. E. (2012). *Strategic Management: a Stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- GAITHER, N.. (2001). *Administração da produção e operações*. 8. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning,
- GALLOPÍN, G. C.; FUNTOWICZ, S. O.; AND O'CONNOR, M. P.; AND RAVETZ, J. R. (2001) *Science for the twenty-first century: from social contract to the scientific core*. Int. Journal Social Science, p. 219-229.
- GERHARDT, T. E.; E SILVEIRA, D. T. (Orgs.).(2009). *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Editora da UFRGS
- GIL, A. C..(2006). *Didática do Ensino Superior*. São Paulo: Atlas,

- GOMES, G. R. N. S.. (2013). *Caminhos da gerência de educação ambiental*. Brasília-DF, jun.
- GREUEL, M. A.; CADORE, S.(2007). *Administração da produção*. Indaial: ASSELVI,
- GUEVARA, A. (et al).(2009) *Consciência e desenvolvimento sustentável nas organizações: reflexão sobre um dos maiores desafios da nossa época*. Rio de Janeiro, Elsevier,
- HANSEN, D. R.; E MOWEN, M. M. (2000) *Gestão de custos: contabilidade e controle*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning,
- INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA; (2007) Secretaria De Planejamento e Investimentos Estratégicos (Coords.). *Objetivos de desenvolvimento do milênio: relatório nacional de acompanhamento*. Brasília: Ipea: MP, SPI,
- JACOBI, P; OLIVEIRA, J; CASINO, F. (org.). *Educação, meio ambiente e cidadania*. São
- JURAS, I. A. G. M. (2000). *Legislação sobre reciclagem de lixo*. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/documentos-e-pesquisa/publicacoes/estnottec/arquivos-pdf/pdf/010696.pdf>>. Recuperado em: 22 jul. 2016.
- KALB, D., N. FIGUEIREDO, N., SANCHES A.(2012), *A gestão ambiental empresarial no varejo sob a ótica do consumidor - o caso de uma empresa de varejo internacional*. XXXII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO *Desenvolvimento Sustentável e Responsabilidade Social: As Contribuições da Engenharia de Produção Bento Gonçalves, RS, Brasil, 15 a 18 de outubro de 2012*.
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. (2008). *A Execução Premium*. Rio de Janeiro: Campus, .
- KELM, M. L.; E RENTZ, C. M (2014). *Institucionalização das iniciativas socioambientais das organizações: interfaces entre a teoria do desenvolvimento social de Habermas e o isomorfismo da teoria Binstitucional*. Cad. EBAPE. BR, v. 12, Edição Especial, artigo 2, Rio de Janeiro, Ago. .
- KINDEL, E. A. I.; SILVA, F. W.; E SAMMARCO, Y. M.(2006). *Educação ambiental: vários olhares e várias práticas*. 2. ed. Curitiba-PR. Mediação,
- KOHLER, M. C. M.(2003)*Agenda 21 local: desafios da sua implementação, experiências de São Paulo, Rio de Janeiro, Santos e Florianópolis*. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) – Faculdade de Saúde Pública da Universidade de São Paulo, São Paulo, .
- KOTLER, P. (1993). *Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*. São Paulo: Atlas, .
- LAKATOS, E. M..(2008)*Metodologia científica*. São Paulo: Atlas,.
- LAKATOS, E. M.; e MARCONI, M. A. (1996). *Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados*. 3. ed. São Paulo: Atlas..
- LAKATOS, E. M.; e MARCONI, M. A..(2010). *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Atlas,
- LEITE, A. C. G. M..(2016). *A sustentabilidade empresarial, social e as fontes de energias*. Disponível em: <<http://www.pucsp.br/sites/default/files/download/posgraduacao/programas/administracao/bisus/bisus-2s-2103-v1.pdf>>. Recuperado em: 02 jul. 2016.

- LEITE, P., R.(2012). *Logística reversa: meio ambiente e competitividade*. São Paulo: Person Prentice Hall,
- LOPES, W.; BISPO, W.; E CARVALHO, J (2009). *Educação ambiental nas escolas: uma estratégia de mudança efetiva*,
- MAIMON, D.(1994). *Eco-estratégia nas empresas brasileiras: realidade ou discurso?* RAE - Revista de Administração de Empresas, Rio de Janeiro, v. 34, n.4, jul./ago. 1994, p. 119-130.
- MAIMON, D..(1996)*Passaporte verde: gestão ambiental e competitiva*. Rio de Janeiro: Qualitymark
- MALHOTRA, N. K. (2001). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman.,
- MALLMANN, M. A.(2000).*Educação ambiental*. In Curso: Os caminhos do lixo. Porto Alegre, RS: DMLU. 2000.
- MARTIN, R. L. (2005). *A matriz da virtude: cálculo do retorno sobre a responsabilidade social das empresas*. In: Ética e Responsabilidade Social nas empresas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- MARTINS, E; DE LUCA, M. M. MENDES. (1994). *Ecologia via Contabilidade*. Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília: CFC, ano 23, nº 86, março 1994. In: SANTOS, Adalto de Oliveira. Contabilidade Ambiental: Um estudo sobre sua aplicabilidade em empresas brasileiras. Disponível em: https://www.inesul.edu.br/revista/arquivos/arq-idvol_16_1330024981.pdf. Recuperado em: 18 de mayo de 2015.
- MATTAR, F.N. (1998)*Pesquisa de marketing: execução e a análise*. 2. ed. São Paulo, Atlas,
- MEIRA, R. C. (2003) *As ferramentas para a melhoria da qualidade*. Porto Alegre: SEBRAE.
- MELO, NETO, F. P., & FROES, C. (2001)*Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, .
- MENDONÇA, J. R. C.(2003). *O estudo de gerenciamento de impressões nas organizações: uma visão geral do tema e considerações sobre a pesquisa e a produção no Brasil*. Recife: EDUFEPE,
- MINAYO, M. C. S.. (2008). *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*.São Paulo, HUCITEC
- MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Atalho Institucional. Disponível em <<http://www.mma.gov.br>>. Recuperado em: 25 mayo, 2016.
- MOWDAY, R.; PORTER, L.; AND STEERS, R..(1982). *Organizational linkages: The psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. New York: Academic Press,
- O'RIORDAN,(1993)T..*The politics of sustainability*. In: TURNER, K. R. (Org.) Sustainable environmental economics and management: principles and practice. London: Bethaven, .
- OLIVEIRA, D. P. R..(2009). *Planejamento Estratégico - conceitos, metodologia, práticas*. 6. ed.São Paulo: Atlas.
- OLIVEIRA, J, R.; (2017)SERRA, J, R. *Benefícios e dificuldades da gestão ambiental com base na ISO 14001 em empresas industriais de São Paulo*. Faculdade de Engenharia de Bauru, 2009. Disponível em: http://www.scielo.br/pdf/prod/2010nahead/aop_T6_0009_0078.pdf. Recuperado em: 15 de abril de 2017.
- ONU (2016)- Organização das Nações Unidas. . Contabilidade da gestão ambiental: procedimentos e

princípios. Divisão para o Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, Nações Unidas: Nova York. Disponível em: <<http://www.un.org/esa/sustdev/sdissues/technology/emaportuguese.pdf>>. Recuperado em: 12 abr. 2016.

ONUBR (2016)- *Organização das Nações Unidas no Brasil. Transformando Nosso Mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável.* Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Recuperado em: em: 21 abr. 2016.

OPPEN, C. V.; BRUGMAN, L.(2011).*Organizational capabilities as the key to sustainable innovation. In: ISPIM Conference - sustainability in innovation: innovation management challenges*, 22, 2011, Hamburg-Germany. Anais.Hamburg-Germany: The Hamburg University of Technology, 12-15 Jun.,

PADOVEZE, C. L..(2003)*Controladoria estratégica e operacional.*São Paulo: Thomson,

PASQUAL, C. A., PEDROZO, E. A.(2007). *Características do Negócio no Setor de Máquinas Agrícolas.* RAE - eletrônica, 6(1),

PEREIRA, A. C.; SILVA, G. Z.; E CARBONARI, M. E. E.(2012)*Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente.* São Paulo: Saraiva, .

PERRETTI, O. D.; PALMERI, N.; OLIVEIRA NETO, G.; KRONIG, R.; E VENDRAMETTO, O (2007). *Vantagens da implementação da produção mais limpa.* 1th international workshop - Advances in cleaner production. São Paulo, 21-23 nov. Disponível em: <http://srvprod.sistemafiergs.org.br/portal/page/portal/sfiergs_senai_uos/senairs_uo697/proximos_cursos/implementa%E7%E3o%20PmaisL.pdf>. Recuperado em: 05 ago. 2016,

PORTER, M. E.; KRAMER, M.(2006) *Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility.* Harvard Business Review, 78-92,

PORTILHO, F. (2010) *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania.* 2ª.Ed. São Paulo: Cortez,

RAMPAZZO, S. E; CORRÊA, F. Z. M.(2008).*Desmistificando a metodologia científica: guia prático para produção de trabalhos acadêmicos.*Erechim: Habilis, .

RAZZOLINI FILHO, E.;BERTÉ, R.. (2013). *O reverso da logística e as questões ambientais no Brasil.* Curitiba: InterSaberes,

RECEITA FEDERAL. (2016). *Inscrição no CNPJ - Orientações.*Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/PessoaJuridica/cnpj/ConvenJuntaBH/InscCNPJOrientacoes.htm>>. Recuperado em: 28 set. 2016.

REDCLIFT, M. R. (1996)*Sustainable Development: exploring the contradictions.*London: Methuen, 1987.

REIS, M. J. L. *ISO 14000: gerenciamento ambiental – um novo desafio para a sua competitividade.* Rio de Janeiro: Qualitymark,

RIBEIRO, M. S.; CARVALHO, L. N.(2000). *The accounting information as a support to sustainable development.*Sustainable.City International Conference. abr./2000.

RICHARDSON, D. (1997). *The politics of sustainable development.* In: BAKER, S. et al. (Org.) The politics of sustainable development: theory, policy and practice within the european union.London: Makron Books.

RODRIGUES, William Costa. *Metodologia Científica.* Paracambi: FAETEC/IST, 2007.

- ROESCH, S. M. A. (1996). *Projetos de estágio e de pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas.
- SACHS, I.(1986). *Espaços, tempos e estratégias de desenvolvimento*. São Paulo: Vértice,
- SACHS, I.(2008). *Desenvolvimento incluyente, sustentável sustentado*. Rio de Janeiro: Editora Garamond Ltda., .
- SAMPAIO, G. O. (2010). *Conservação do meio ambiente, aquecimento global e desafios para o século 21*. São Paulo: BarsaPlaneta, .
- SANITÁRIA.(2006). *Manual de gerenciamento de resíduos de serviços de saúde*. Brasília: Ministério da Saúde.(Série A. Normas e Manuais Técnicos. v. 1)
- SCHNEIDER, EVANIA.(2016). *Gestão ambiental municipal: preservação ambiental e o desenvolvimento sustentável*. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2000_E0137.PDF>. Recuperado em: 20 mar. 2016.
- SEBRAE- *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Unidade de Gestão Estratégica*– UGE, Participação das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira
- SEBRAE –(2016)*Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas*. . *Como registrar uma marca*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Como-registrar-uma-marca>>. Capturado em: 22 out. set. 2016.
- SENAI/RS. Atalho Institucional. Disponível em <http://www.senairs.org.br/>, Recuperado em: 25 de mayo de 2015.
- SERPA, D., A. F., FOURNEAU, L. F.(2007). *Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor*.Revista. Administração Contemporânea. vol.11 no. 3 Curitiba. July/Sept.
- SILVA, J. G.. (1995). *Agricultura sustentável: um novo paradigma ou um novo movimento social?* In: Conferência Internacional ‘Tecnologia e Desenvolvimento Sustentável’, 1995, Porto Alegre, RS,
- SILVA, J. H.; ROSINI, A. M.; Rodrigues, M. C. In: Guevara, A. J. H.; AL, E. (Org.) (2009). *Consciência e desenvolvimento sustentável nas organizações*. São Paulo: Cengage Learning,
- SILVA, M. (2013). *Responsabilidade social empresarial: análise dos indicadores sugeridos pelo Instituto Ethos em um hotel Potiguar*. Natal,
- SILVA, R. (2009). *Balanced Scorecard – BSC - Gestão do Ensino Superior*. Curitiba: Juruá,
- SILVEIRA, M. A. (Coord). (1996) *Avaliação socioambiental de impactos e agricultura familiar*.Jaguariúna: EMBRAPA-CNPMA. não paginado,
- SIMON, A.; B., M.; KARAPETROVIC, S.;CASADESUS, M..(2011)*Integration of standardized environmental and quality management systems audits*.JournalofCleanerProduction. Barcelona, v. 19, p. 2057-2065, jun., 2011.
- SOUZA, J; COSTA, T. D. M. T. D.(2012)*Responsabilidade Social Empresarial e Desenvolvimento Sustentável: Conceitos, Práticas e Desafios para a Contabilidade*. Revista Organizações em Contexto-online, v. 8, n. 15, p. 213-238, 2012. ISSN 1982-8756.
- STARKE, L (1991).*Lutando por nosso futuro em comum*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas

- TACHIZAWA, T. (2009). *Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa*. 8ª ed.. São Paulo: Atlas,
- TEIXEIRA, L. G. A.(2000). *Contabilidade ambiental: a busca da eco-eficiência*. In: Congresso Brasileiro de Contabilidade, 16, 2000, Goiânia. Anais do XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade. Goiânia,
- TENÓRIO, F. G. (Org.) (2004).*Responsabilidade Social Empresarial: Teoria e Prática*. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, .
- THIOLLENT, M (2005). *Metodologia da Pesquisa-ação*. 14. ed. São Paulo: Cortez,
- TOLMASQUIM, M. T (2017). *Perspectivas e planejamento do setor energético no Brasil*. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/eav/article/view/10636/12378>. Recuperado em: 18 de mayo de 2017.
- UNCED. (1992) *United Nations Conference on Sustainable Development* – Rio 92. 3-4 jun. Rio de Janeiro.
- VAN BELLEN, H. M.(2005). *Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas,
- VARGAS, D. L.; E BEDIN, E.(2009).*Desenvolvimento sustentável: os desafios da segurança alimentar frente aos impactos do agronegócio brasileiro*. SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Porto Alegre, 26-30 jul. Anais eletrônicos... Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/13/554.pdf>>. Recuperado em: 20 mar. 2016,
- VEIGA, J. E. (2005). *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. Rio de Janeiro: Garamond,
- VEIGA, J. E. (2010). *Sustentabilidade: a legitimação de um novo valor*. São Paulo: SENAC
- VELLANI, C. L.(2011).*Contabilidade e responsabilidade social*. São Paulo: Atlas,
- WENZEL, E.G. (1997).*Memória e Identidade Teuto-brasileira em Cerro Largo, Rio Grande do Sul*. São Paulo: USP,. (Tese de Doutorado apresentada junto ao Departamento de Antropologia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP),
- WERBACH, A. (2010). *Estratégias para a sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Elsevier,
- WERBACH, A. D. A. M. (2010). *Estratégia para a sustentabilidade: uma nova forma de planejar sua estratégia empresarial*. Rio de Janeiro: Elsevier,
- WERNER, R. (2004). *Família e negócios: um caminho para o sucesso*. São Paulo: Manole,
- ZANETI, I. (2006). *Educação Ambiental: a luz do sistema de gestão dos resíduos sólidos e sustentabilidade*. Brasília, DF: CDS / UnB, .

7 ANEXOS

Anexo A – Modelo de cuestionario

Universidad Nacional de Misiones – UNAM
Doctorado en Administración

Número del Cuestionario:

Entrevistado: _____

Fecha: _____

Municipio: _____

Presentación Empresa

Razón Social da empresa:

Enquadre de la empresa: () ME () EPP

La empresa posee alvará: () Bomberos () Ambiental () Municipal () Sanitario

Teléfono:

e-mail:

Caracterización del encuestado

Nombre Completo:

Cargo/Función:

Tiempo de empresa:

Edad:

Grado de Instrucción:

¿Aprendió el oficio del trabajo con quién? () Familia () Curso/entrenamiento () Otros

¿Cuántas personas de familia trabajaban en la empresa?

¿Cuántos colaboradores trabajan en la empresa? () con CTPS () sin CTPS

Ambiental

1. ¿La empresa conoce los impactos de sus actividades sobre el medio ambiente y mantiene informes para medirlos?

Sí en gran parte en parte no

2. La sostenibilidad ambiental está inserta en las estrategias de la empresa?

Sí en gran parte en parte no

3. ¿La empresa realiza e invierte acciones de Sostenibilidad Ambiental?

Sí en gran parte en parte no

4. ¿La empresa tiene un responsable de la gestión de las prácticas de sostenibilidad ambiental?

Sí en gran parte en parte no

5. ¿La empresa divulga sus aspiraciones de sostenibilidad ambiental?

Sí en parte no

Si SI, o en PARTE, responda:

Para ser una herramienta de marketing y gestión de la imagen de la empresa.

Por la exigencia legal.

Como forma de comunicación con la comunidad.

Por la responsabilidad de la empresa rendir cuentas de su actuación, preservar el medio ambiente y velar por las generaciones futuras.

Porque la empresa se enorgullece de sus acciones sociales y ambientales

Por recomendaciones de consultores, gestores y expertos.

Las acciones sostenibles forman parte del negocio y la comunidad demanda adecuación a la sostenibilidad.

Para evitar futuras complicaciones relacionadas con la conducta en las acciones sociales y ambientales.

Porque las empresas mejoran sus prácticas divulgando sus acciones a la comunidad

Divulgar acciones sostenibles consta en el calendario de actividades de la empresa.

6. De los elementos relacionados que se aplican a la empresa: (1 - SI, 2 EN PARTE, 3 - NO)

Control de impacto ambiental de envases y transporte de mercancías.

Control de la contaminación del aire y del agua.

Control del uso de materias primas y materiales (renovables y no renovables).

Control de uso de energía (consumo y energía ahorrada debido a las medidas de conservación y eficiencia).

Control del uso del agua (uso y reutilización).

Control de residuos, reciclado, reutilización de materiales y desechos.

Monitora y Acompaña todas las acciones.

Entrenamiento y educación.

1. ¿La empresa reutiliza productos y embalajes para reparar o transformar productos defectuosos?

Sí en parte no

2. ¿La empresa evalúa el impacto de su consumo teniendo en cuenta el medio ambiente?

Sí en parte no

3. La empresa realiza la separación de basura para contribuir con la economía natural, el medio ambiente y los empleos;

Sí en parte no

4. La empresa apoya e invierte en proyectos: (1 - SI, 2 EN PARTE, 3 - NO)

Protección y recuperación de la flora y la fauna.

Adquisición de equipos menos contaminantes o que generan menos riesgos ambientales.

Busca mejoras de políticas, prácticas y proceso ambiental.

Mantenimiento periódico de equipos que resulten en la reducción de impactos ambientales.

Estudios de impacto ambiental generados por las operaciones de la empresa.

5. La empresa utiliza otros medios de recursos para obtener energía (leña, caídas de agua, plantas)?

Sí No

Si SÍ - ¿Hay impactos negativos en este uso?

6. Los emprendimientos utilizan ventilación e iluminación naturales de forma intensiva?

Sí No

7. En los últimos años la empresa ha sido declarada o procesada por algún órgano público debido a la cuestión ambiental?

Sí No

8. ¿La empresa promueve cursos relacionados con la responsabilidad socioambiental para sus colaboradores?

Sí No

Socialismo

1. ¿La empresa realiza / participa de acciones de responsabilidad socio?

Sí No

2. Para la empresa cuál es la importancia de actuar con responsabilidad social:

Para una mejor relación con los clientes;

Para una mejor imagen de la empresa;

Como ejemplo para las demás empresas;

Satisfacción de los colaboradores

3. ¿Las empresas "adoptó" al menos una entidad y moviliza su red de contactos a favor de ella?

Sí No

Si SI, ¿Cuál es el área / actividades?

Educación Asistencia Social Cultura Defensa de los Derechos Ocio y Recreación

Salud Seguridad Cualificación Profesional

Otros

4. Los proyectos sociales de la empresa, involucran a colaboradores y sus familiares?

Sí No

5. ¿La empresa tiene un documento escrito de las normas de conducta e incentiva las relaciones sociales?

Sí No

Este documento es de amplio conocimiento de los suyos:

• Colaboradores sí no

• Clientes sí no

• Proveedores sí no

• Comunidad sí no

6. La empresa considera importante suprimir plazas con:

• Apenados y / o Ex-presidarios: sí no

• Ancianos: sí no

• Portadores de Deficiencias: sí no

• Aprendices: sí no

• Minorías Raciales: sí no

• Mujeres : sí no

• Otros: _____

7. ¿La empresa está a favor de la creación de leyes de incentivos fiscales que invierten en responsabilidad social?

Sí No

8. ¿Las empresas tienen un programa para promover la salud y la seguridad de los empleados? Sí No

9. ¿La empresa dispone de planes de salud y apoyo social de los trabajadores? () Sí No
10. ¿La empresa estimula la capacitación profesional de sus colaboradores? () Sí No
11. ¿La empresa invierte en Cultura? () Sí No
12. ¿La empresa conduce al equilibrio entre la vida profesional y la vida familiar, admitiendo, por ejemplo, horarios de trabajo flexible, seguimiento de las hijas a las campañas de vacunación?
() Sí No
13. ¿Existen equipos, infraestructuras y medios que respondan a las necesidades de las personas con discapacidad?
() Sí No
14. ¿La empresa realiza sus compras en el mercado local, teniendo en cuenta el desarrollo local?
() Sí No
15. La empresa adopta alguna práctica y / o política que contribuya a erradicar:
Trabajo esclavo, () sí () no
Trabajo infantil : () sí () no
16. La empresa alienta a los empleados a manifestarse con críticas y sugerencias sobre la empresa, para mejorar el proceso productivo, los productos y servicios disponibles?
() Sí No
17. ¿Las condiciones de higiene, seguridad y confort en el trabajo son satisfactorias para los colaboradores?
() Sí No
18. ¿La parte socialmente responsable va más allá de dar vacaciones y beneficios a los colaboradores, ofreciendo un ambiente que estimule y favorece el desarrollo personal, de la empresa y del ambiente?
() Sí No
- Y lo que hace para el bienestar del empleado:
() Incentiva la práctica de actividades físicas.
() Orientación sobre la postura corporal durante las actividades profesionales.
() Ofrece instalaciones en buenas condiciones de uso.
() Proporciona EPIs, orienta y alienta el uso.
- Económico
1. ¿La empresa tiene una planificación económica? () Sí No
2. ¿La empresa realiza planificación para las compras, hace comparativas entre proveedores? () Sí No
3. ¿La empresa utiliza criterios socioambientales para selección de proveedores o requiere certificación ambiental?
() Sí No
4. ¿La empresa cuenta con un sector contable interno? () Sí No
- Si sí. ¿Cuál es el papel del Contador en el control de las cuestiones Ambientales?
5. ¿El Sector de Contabilidad exige la eficiencia de la Gestión Ambiental?
() Sí No
6. ¿La empresa hace uso de la información proporcionada por la contabilidad para fines gerenciales?
() Sí No
7. ¿La empresa ha implantado y realiza el control del flujo de caja?
() Sí No
8. ¿La empresa tiene separación entre los negocios de los propietarios y los de la organización?
() Sí No
9. ¿La empresa tiene control de los costos y gastos ambientales?
() Sí No

10. ¿Cuáles son las modalidades de control de costos y gastos que la empresa ha implantado:
 Planilla de Costos de Producción Control de los Gastos Ambientales
 Planilla de formación de precios análisis de resultados por tipo de producto
 Control de ventas Control de resultados por cliente
 Otras hojas de cálculo _____
11. ¿La empresa posee la licencia ambiental? Sí No
12. ¿Los clientes de la empresa exigen Certificación Ambiental? Sí No
13. ¿La empresa exige comprobación ambiental de los proveedores y realiza investigaciones para conocer las principales prácticas de sostenibilidad de los proveedores?
 Sí No
14. ¿La empresa exporta? Sí No
 Si Sí, ¿Cuál es el país? _____
15. ¿Cómo la empresa percibe la Responsabilidad Ambiental en la óptica del consumidor?
 Continuidad de la empresa crecimiento económico
 Necesidad de supervivencia carácter social y político
 Nuevo modelo de comportamiento
16. ¿La empresa tiene estructura para competir con empresas del mismo sector?
 Sí No
17. Para que la empresa sea económicamente sostenible es ser capaz de producir productos productivos de forma que se establece una relación de competitividad. ¿Su empresa posee esta característica?
 Sí No
18. Hay separación en el presupuesto de recursos destinados al cumplimiento de las acciones de sostenibilidad económica, ambiental y social.
 Sí No
19. La evaluación de la sostenibilidad económica, ambiental y social forma parte del proceso de evaluación periódica de desempeño de la empresa.
 Sí No
20. Aspectos de la sostenibilidad económica, ambiental y social forman parte de la gestión y de las decisiones operativas de la empresa
 Sí No
21. La dirección prioriza las cuestiones de la sostenibilidad económica, ambiental y social.
 Sí No
22. ¿En la empresa las acciones sociales tienen participación de los proveedores y de la comunidad?
 Sí No